HAL
open science

Espresso ma non troppo. Del tempo y la lentitud en el ritual del café

Jean-Jacques Boutaud, Erik Bertin

To cite this version:

Jean-Jacques Boutaud, Erik Bertin. Espresso ma non troppo. Del tempo y la lentitud en el ritual del café. Tópicos del Seminario: Revista de Semiótica, 2012, 27, pp.115-144. halshs-01139390

HAL Id: halshs-01139390

https://shs.hal.science/halshs-01139390v1

Submitted on 27 Apr 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Formas de la lentitud II.
Tó picos del Seminario, 27. Enero-junio 2012, pp. 115-144.

Espresso ma non troppo.
Del *tempo* y la lentitud en el ritual del café

Jean-Jacques Boutaud
Universidad de Borgona
Erik Bertin
Universidad de Lyon II

Traduccion de Dora Artemiza Lougier Herná n D'Borneville

"Fruto de una cuidadosa seleccion de cafes de gran origen 100% arabica, de un procedimiento de descafeinado minucioso, de una torrefaccion lenta y una molienda muy fina, el descafeinado San Marco nos invita a saborear la 'obra maestra de café italiano'". En buena retorica publicitaria, ¿có mo privarse de esta poé tica de la degustacion, para sublimar el gusto por el café ? Un arte de la precaucion, de la precision, de la delicadeza, atencion, para no decir reverencia, con respecto a la sustancia, a su esencia. Hay que poner atencion al producto, atencion en si, a esta alquimia del sabor y del valor. Este principio de conversion, del uno al otro, de sensaciones en significaciones, parte de un principio de incorporacion. El signo se consume. El sabor del signo reclama atencion, la suspension del tiempo o su desaceleracion, la inscripcion del tiempo en la duracion. Este fenó meno se conoce por el ritual de la degustacion del vino o a travs de las formas y sutilezas del discurso gastronó mico que la cocina y la mesa incitan a cultivar.

Este lujo del discurso, aplicado a los sabores mas elementales, así como a las cosas mas refinadas, es una prueba de la construccion del gusto, que parte de las sensaciones propias a las emociones compartidas, del cuerpo propio al cuerpo social. Imposible eximirse del gusto, en este caso, del placer de tomar un café só lo para reconocer los sabores, tarea especialmente reservada para los expertos

en aná lisis sensorial. Y, partiendo de estos sabores, como percepciones mas o menos organizadas, es imposible tambié n ceñ irse a un pequeñ o programa narrativo de base y de uso que regularí a nuestra indagacion en la bú squeda del gusto como operador de la juncion con el objeto o como el objeto en sí .

Si estas dimensiones significantes conservan toda su pertinencia, no pueden ocultar el despliegue figurativo del gusto en un espacio sensible, ampliado, de sensaciones, de expresiones y gestos, de objetos y espacios, de situaciones y de formas de vida[1] bajo el regimen dominante de una temporalidad desacelerada, incluso suspendida, propia de la degustacion, es decir, del vertimiento del sujeto en el acto de incorporació n y de apropiació n de la sustancia alimenticia.

En terminos mas generales, pensar el tiempo en relacion con el café atendiendo al gusto, implica inscribirse en una semió tica sensible, de las sensaciones al sentido, de la *estesica* de la sensacion gustativa a la *etica* del gusto, pero tambien de la situacion, instituidas como forma de sociabilidad, como forma de vida. Dar, ante todo, lugar al sentir, 1) a la experiencia, en contacto con la materia, 2) y luego mostrar como se vuelven a colocar en un espacio figurativo que se emancipa de los sabores de base y da forma al gusto, 3) y finalmente, como revelan una manera de ser en sí y en el mundo, he ahí el desafí o y la dificultad de una aproximacion sensible aplicada al café y a lo que le es propio: un sabor, un aroma, un valor, y ciertamente dirí an algunos, un alma, como si el registro espiritual, o algunas formas de trascendencia vinieran a combinarse con las dimensiones fenomenoló gicas y antropoló gicas para comprender, en terminos sensibles, lo que significa disfrutar plenamente un cafe. Con una cuestion central: la del tiempo, la del juego entre lo continuo y lo discontinuo para salir del flujo y "atrapar el tiempo", de captar có mo el sabor "toma forma",[2] lo que es en este caso, una circunstancia entre otras, con respecto al café , pero que la publicidad magnifica en su discurso utó pico y que la vida social respeta, segú n las normas y las temporalidades variables.

Sin volver a los fundamentos de esta semiotica sensible, objeto de las mas valiosas contribuciones del Coloquio de Royaumont,[3] retomamos el modelo que, en nuestros trabajos, esquematiza la organizacion trinitaria de lo sensible (estesica, esteica, etica), en una perspectiva semio-pragmatica y *abierta* a la comunicacion.[4] Uno puede imaginar, por encima de la articulacion estesia-estetica-etica, retenida

aqui, todo lo que se le debe a la fenomenologí a, a las semió ticas de inspiració n feno- menoló gica sobre la estesia o la sinestesia[5] o en las relaciones entre *ethos y aisthesis,* é tica y estetica.[6] Pero nosotros, debido a las necesidades de este estudio, damos cuenta de esa articulacion sensible en el plano de proyeccion de la comunicacion, en este caso publicitaria, a traves de las potencialidades ofrecidas por el discurso y la imagen.

Este enfoque permite, en el caso del café , considerar la len- titud como un fenó meno que participa del gusto, pero tambien de la pratica semiotica relacionada con el café en su conjunto, en la extension de lo sensorial a lo sensible, precisamente, con las relaciones de continuidad y de solidaridad entre la *estesica y la sinesté sica* (las sensaciones gustativas y las percepciones sensoriales, multimodales), la estetica (la forma y el hacer de la experiencia gustativa, donde juega el tiempo, la desaceleracion), la etica (los valores y las relaciones invertidas en el café , bajo diferentes regimenes de temporalidades). Si estamos de acuerdo sobre el sentido de nuestro recorrido para aprehender esta funcion y esta figuració n semioticas de la lentitud, en el sabor del café , reconoceremos ahí una primera atencion a la base sensorial del gusto y a la organizacion perceptiva del cuerpo puro (I. estesia), luego de las configuraciones en la practica en la experiencia gustativa, razonada, reflexiva, bajo el regimen dominante de la lentitud (II, estetica) y, finalmente, los tipos de relaciones sujeto-objeto regidas por el tiempo, a tal grado de constituirlos como cultura, como *ethos,* lo que nos une al gusto, como simples aficionados al café o consumidores que se "reconocen" en una marca y en el discurso que man- tiene, en particular, sobre el tiempo, en la lenta elaboracion del producto en el momento suspendido de la degustacion, sin descuidar la perspectiva constante que prolonga el tiempo (III, etica).

Si la lentitud es concebida y construida como una valoració n de la experiencia gustativa, ella obtiene su valor expresivo, como lo veremos, en este extenso espacio figurativo, donde se condensan y se conjugan estos tres planos de manifestacion. El valor expresivo de la lentitud integra, de manera ejemplar, con las propiedades gustativas del café , el calor que se requiere esperar, los aromas que se liberan lentamente, poco a poco, la fuerza o la intensidad del sabor que invita a posponer las cosas, a retardar el gesto que indica que lo vamos a consumir. Traducir los matices y los efectos son responsabilidad del discurso y la

imagen publicitaria. Esto representa una verdadera problematica de la figurabilidad del sabor, que va de las sensaciones a las emociones gustativas que tenemos a bien compartir o no, y que nos llevan a formas de vida que cultivan la lentitud como etica de consumo, bajo diferentes regimenes incluidos precisamente en las estrategias publicitarias.

La impronta esté sica del sabor

Doscientas cincuenta molé culas para una papa, 360 para una fresa y no menos de 650 moleculas para un cafe. Llanamente indicamos, en la nota respectiva, la siguiente distribucion,[7] en parte para dar a conocer, pero sobre todo para explicar nuestra intuicion acerca de una complejidad aromatica de la cual hay un vocabulario especifico, pero que abordamos con nuestra imaginacion por analogí as y correspondencias.

El aficionado al café o el consumidor en busca del gusto tienen todo el poder de aminorar el tiempo para estar a la escucha de sus sensaciones. En la practica, proceden exactamente al contrario de los catadores expertos, aislados en sus talleres, haciendo una serie de movimientos bruscos, a un ritmo febril, para probar hasta 500 tazas de café al dia, en dosis minimas y controladas. En situaciones de consumo ordinario, la promesa gustativa es, obviamente, de un orden diferente y el café debe cumplir sus promesas, de la simple nota aromatica, tomada por costumbre, a la degustacion terminada, saciada, que nos interesa principalmente con respecto a la lentitud.

Al pasar de una sensacion inmediata o incluso de multiples sensaciones, como siempre sucede, a una percepcion organizada y un juicio perceptivo, el sujeto poco a poco llega a esa sensacion que Brillat-Savarin designa como *sensacion reflexiva*. ¿ Aparece ya, en esta realidad traducida por la expresion, que la sensacion así llamada “se abre a la semiotizacion, ya que se construye en una sensacion de base o una percepcion de origen y requiere de las imagenes y del lenguaje, de los lenguajes (verbal, no verbal) para poner en discurso estas primeras y segundas sensaciones. Estos lenguajes las categorizan, las orientan, las vinculan con otras modalidades sensoriales y sensibles, especialmente configuradas por el tiempo y el espacio, que es la forma de la actividad del sujeto, en el momento en que hace la eleccion del cafe¤, de un café . Por eso es importante, en la primera aproximacion

semió tica y sensible del gusto, fijarse en los sabores y, mas allá , en las percepciones sensoriales que comprometen precisamente el tiempo en el registro *estesico y sinestesico*, antes de comprender como el gusto se libera de esas primeras sensaciones. En este caso, vamos a mostrar como la lentitud es una dimension relevante en el café , tanto si se considera como objeto o como practica. Para ello, es necesario en principio situarse en el nivel actancial: el café como un objeto, y todos los programas narrativos que induce el sujeto consumidor. Sabemos que en el mundo del consumismo cada categorí a se estructura, en gran parte, en su imaginario, sus discursos, etc., segun las determinaciones especí ficas de la naturaleza del objeto del que se hable.[8]

Se trata de todo lo que, en el objeto, su morfologí a, las situaciones en las que se inscribe, determinará los programas narrativos que estan relacionados con las tensiones internas del objeto. Como tal, el café tiene ciertas determinaciones posibles que recordaremos brevemente. Vamos a mencionar primero las variables mas obvias que entran en juego en la "discursiviza- cion" en la experiencia sensible de consumo de café : el momento (de la jornada), el lugar (naturaleza axiologica y topologica del espacio), la situació n (pú blica / privada, individual / colectiva), el estado de animo, el dispositivo actorial y, por supuesto, los componentes sensoriales y esté sicos del café (olor, sabor, tem- peratura, etc.).

Pero el objeto café es sostenido por grandes tensiones que guí an eficazmente la emergencia de valores para el sujeto en la experiencia de tomar café . Así , el *tempo* es una dimension de intensidad que afecta profundamente la manera en la que el sujeto construye la significacion en relacion con la experiencia sensible del café . El consumo de café implica una especie de paradoja. Si en principio uno se coloca en el nivel propioceptivo, la asimilacion del café aumenta la frecuencia cardiaca: hace que el corazon lata mas rapido. En el orden de las representaciones y de las practicas, tomar un café constituye para el sujeto un programa de uso para aumentar su tonicidad y volverlo mas activo, al estimular la excitacion. Es entonces una practica que relaciona en su fundamento una aceleracion repentina de la energí a corporal (se siente como un latigazo) y que se basa en un programa de negacion de la atonia.

Así entonces, la practica de beber café es modulada en el nivel del *tempo*, por la desaceleracion y por una cierta lentitud. En efecto, en la cadena de secuencias que

ritman una jornada, “tomar café ” se caracteriza por una cierta desaceleracion de ese *tempo*:

- Tomar un descanso (para el cuerpo y la mente, en los niveles propioceptivo y cognitivo)
- Saborear (en el nivel sensorial y estico).

La temporalidad convocada por el café (exceptuando la del matutino, que está marcada por lo incoativo) es suspensiva:[9] lentifica e inmoviliza, en un perí odo, la cadena de secuencias y, por tanto, del tiempo.

Esta modalidad suspensiva y esta desaceleracion del *tempo* son la consecuencia natural de las cualidades sensibles del café :

- El café está caliente: esto impone esperar para tomarlo, dejarlo enfriar y operar micro-acciones en ese tiempo: soplar sobre la superficie del café , acercar los labios, saborear por pequeñ os sorbos o traguitos con el borde de los labios.
- El café es fuerte por naturaleza: esto determina una absorcion gradual y la retencion en pequenas cantidades, para fijar los sabores y disfrutar de su expansion.

En el centro de la experiencia del café y en sus representaciones se ejerce entonces una tension polemica entre la aceleracion y la excitacion, por un lado, y la lentitud, por el otro. Esta tension refleja la tension polemica general subyacente en el café , *intenso vs. extenso*: El contacto repentino con un liquido caliente y fuerte. Pero tambien la disminucion del *tempo* del sujeto, alargamiento de la duracion por la iteracion de micro-secuencias (los sorbos) en el proceso de degustacion. Tenemos, por ejemplo, la linea expresiva de una secuencia de la publicidad para el café Carte Noire, donde se revela la intensidad en la percepcion aguda de cada gota de café : “Si el café Carte Noire es tan *intenso*, se debe principalmente a que es un producto de gran calidad. Descubra la nueva publicidad de los productos que pone en imagenes esta calidad: cada gota de café Carte Noire revela toda la *intensidad* y la sensorialidad de sus ará bicas puros”.[10]

Para mantener el ritmo de las imá genes, la aceleracion del rit- mo cardí aco, en el propio cuerpo (interoceptividad), se combina con un *tempo* mas lento (aquí , el gota a gota), una suspension, en el nivel aspectual y sensible para el sujeto. Como si fuera necesario, en la semiosis del cafe, luchar o, al menos, compensar,

reequilibrar esta limitació n inherente al objeto café que es la fuerza y la aceleracion.

A partir de ejemplos concretos de marcas imaginarias, compuestas a partir de la percepcion sensorial del café , nos proponemos ahora mostrar como esta orientacion tensiva subyacente, que va de la disminucion del *tempo* a la suspension, afecta la discursivizacion de la experiencia sensible del café . Ella se manifiesta, en este registro sensible, a traves de formas discursivas que, en los sitios web de las marcas de cafe, presuponen el vertimiento de los valores (el sabor, el gusto, la temporalidad del placer) así como la necesidad de figurarlos, en terminos de comunicacion.

Forma del gusto y hacer esté tico

Sin hablar de las diferentes acepciones de la palabra *gusto*, entre la isotopí a sensorial, cultural, afectiva, el gusto alimentario concentra, en simismo, la dimension fisica y estetica, aunque solo sea por el juego de la sinestesia, de las combinaciones y las correspondencias sensoriales. Degustar un sabor es tambien percibir un aroma, sentir las notas olfativas, tener en la boca una sensacion de textura o de materia, con los indices termicos que efectuan las distintas operaciones de degustacion o de masticacion, acompanadas de sonidos, de pequenas musicalidades, apagadas o no.

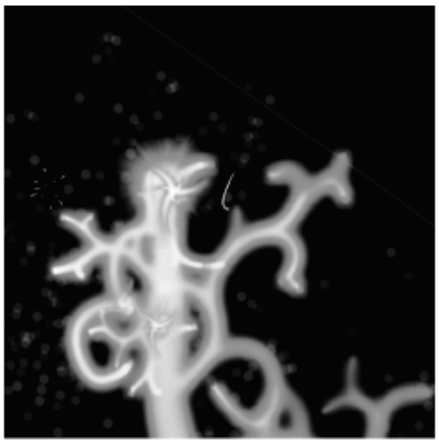
Hablar del café significa ir en busca de notas calidas, con buena intensidad aromatica, con una fuerte presencia en el paladar, para acentuar una comida o cierta hora del dia. Aunque el café se puede apurar de un solo trago, en su forma mas concentrada el calor buscado en la bebida estaen contradiccion con el consumo rapido, instantaneo. Se trata de esperar, desde el gesto iterativo en pequenos toques gustativos, hasta las situaciones sociales en las que el café es una excusa para sentarse, quedarse, como sucede en este lugar de sociabilidad que mantiene metonimicamente el nombre... y los aromas dominantes: el café . Volveremos a hablar de esto en su momento.

Catar requiere la capacidad de seleccionar los sabores, tratar de solicitarle al cuerpo su capacidad para *sentir*. El termino debe tomar un valor aquí que abarca lo sensorial, pues “la percepcion sinestesica es la regla”.[11] Sensaciones vinculadas, combinadas, desarrolladas, má s o menos dependiendo de la situació n que

involucra tanto los recursos del objeto y las del sujeto a partici- par en la percepció n sensorial y significante del acto de comer. Este universo sinesté sico, *sensorium commune,* por definició n, participa de la estesia. Pero abre, con relació n a nuestro primer acercamiento, potencialidades discursivas y figurativas diversa- mente *probadas* y socializadas, de una sustancia alimenticia a la otra. La sensació n convoca el verbo, la percepció n involucra al discurso y a las imá genes.

El sitio web L'Or EspressO es indudablemente el espacio figurativo que mas trabaja para traducir visualmente la naturaleza y la fuerza de estas primeras sensaciones que despiertan el gusto. De las sensaciones discretas a las emociones gustativas, la temporalidad de nacimiento y luego la lenta expresion del gusto, en ausencia de los sabores, pero mas allá de los sabores tambien, se manifiesta a traves de los matices de los puntos, formas, colores, pero tambien de los sonidos y movimientos en camara lenta, marcados por explosiones.

Se trata, en principio, de constelaciones de puntos y de notas sonoras para figurar las primeras impresiones sensoriales. Después, de formas rizomaticas en despliegue, en desplazamiento, a semejanza del movimiento interno que nos recorre en la lenta e intensa formacion del gusto cuando se expresa plenamente. Se trata, de alguna manera, de una sinfoní a aromatica asociada a la formacion de imagenes y sonidos evanescentes que fluyen del aria "Casta Diva" de la opera *Norma*.



http://www.experiencelorespresso.com

La relacion estesica del café , por la fuerza indicial de la imagen, permite mantener tambien lo mas cerca posible las sensaciones propiamente gustativas,

discretas y diferenciadas en relacion con las propiedades organolepticas que revela el analisis sensorial de publicos expertos, pero sobre una base sensible y temporal de la que cualquier sujeto puede apropiarse. Sin embargo, tomar un café, tanto en las situaciones sociales como en la intimidad personal, adquiere una dimension sensible de un orden diferente, por no decir de un alcance dramatico sostenido por los registros figurativos del gusto, cristalizados en una situacion de consumo, en un momento de degustacion. La dimension esté sica de los sabores del café conduce, entonces, al sentimiento esté tico que opera la sintesis entre la elaboracion lenta y la manifestacion repentina del gusto, proceso de formacion lentamente madurado con respecto al café y la revelacion eidetica de un sabor, sintesis milagrosa entre un mundo figurado y un mundo sensible, que *toma forma* en sí .

En su modo ritualizado, la degustación del vino ofrece el modelo ampliamente difundido entre las prácticas expertas y las pequeñas ceremonias sociales que dan una dimensión discursivaa la experiencia de la degustación. En este sentido, el paralelo entre el café y el vino no puede dejar de hacerse, puesto que se apoya en una práctica legitimada y valorada, prueba de la inscripción social del gusto del café, en el momento de la experiencia,más allá de la percepción sensorial de los sabores. Pero aun si se inspira en él, es evidente que el café no puede competir con el vino, en relación con el discurso y las prácticas socialesque cultivan tan profundamente el imaginario.

Por lo tanto, conviene seguir este desplazamiento progresivo y productivo de la estesia a la estética, de la organización perceptiva a un espacio discursivo y figurativo que *toma forma*. Yendo aún más lejos, para entender cómo esta *forma* se dériva de un *hacer* del orden de un hacer estético que enriquece la relación con el café, bajo el régimen de la experiencia gustativa. Habremos comprendido que la lentitud y la desaceleración desempeñan aquí plenamente su papel, no sólo en el momento del consumo, sino en todo el proceso de elaboración del gusto que tiene su origen en la propia producción, y que se inscribe en una duración, en lo durable mismo.

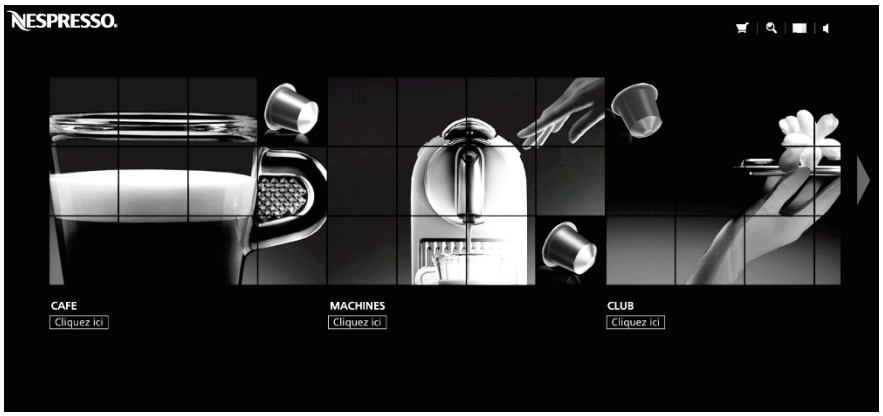
El vino nos ha familiarizado con la imagen de un “cuerpo actante autónomo e identificable”12 con la materia prima, los efectos de la envoltura y las fuerzas que el discurso se empeña en describir. El vino ofrece para el café, y su degustación lenta, reflexiva, el modelo de una tensión entre la identidad estable de un sabor

que se busca, se reconoce, y las transformaciones, las conversiones que opera el gusto en el momento de la degustación, en lo que se puede definir como el devenir del sabor. Más allá de las sensaciones, las "imágenes" toman forma con el predicado gustativo, este "motivo sintagmático de la sintaxis figurativa",13 compuesto al menos de una acción (por ejemplo, estimular o calentar, para el café), un lugar (el paladar, la lengua, en el momento de la degustación), un momento aspectual (la apertura, la persistencia, el final) y un actor principal (la sustancia en símisma). El despliegue de estos predicados gustativos puede esperar, como lo ha señalado Fontanille,14 la evocación de unorigen, de un paisaje, de una elaboración particular. Paso a paso, el reconocimiento de los sabores libera la imagen, y el espacio figurativo del gusto tiene el poder de desembragar, de forma gradual, los sabores, emanciparse para ir en busca de otros motivos (en el sentido icónico y motivacional) en la formación del gusto. Además, esta experiencia semiótica del café, regida por la desaceleración, toma forma a través de una estética de la suspensión y de la incertidumbre, ampliamente manifestada en el discurso de las marcas de los productos.

Ya hemos tratado este tema15 mediante la problemática de la suavidad con la que se presentó el café de la marca italiana San Marco. Sin negar la intensidad del sabor, era necesario mostrar, siguiendo a Zilberberg, que la suavidad proviene de una "orientación aumentativa" (*más de* menos fuerte) y no como se pensó demasiado pronto, de una "orientación diminutiva" (*menos de* más fuerte). En la tensión generada entre lo *denso* y lo *difuso*, hemos mostrado las potencialidades de la "riqueza de la suavidad" para el café San Marco, con ideas creativas en dos segmentos temporales, que dependen de un*tempo* lento ("lentitud de la suavidad") y bajo el control de una duración ("densificación progresiva, que lo hace más suave").

Tempo y duración, lentitud y desaceleración, son "figuras"recurrentes en la imagen de las marcas de café, es decir, que tenemos que *dar forma* a estas dimensionesinmateriales sensibles, como a los valores que se filtran a través de estas representaciones de la lentitud. Se puede subrayar, en principio, la recurrencia de formas significantes que figuran la *suspensión* en los sitios de internet de las principales marcas de café. La página web que da la bienvenida a Nespresso pone en escena cápsulas y tazas "suspendidas" en el espacio, sin anclaje

espacial ni temporal, la ingravidez negando la inscripción en una secuencia temporalmente delimitada y orientada y que produce un efecto de lentitud en los movimientos (en “cámara lenta”).



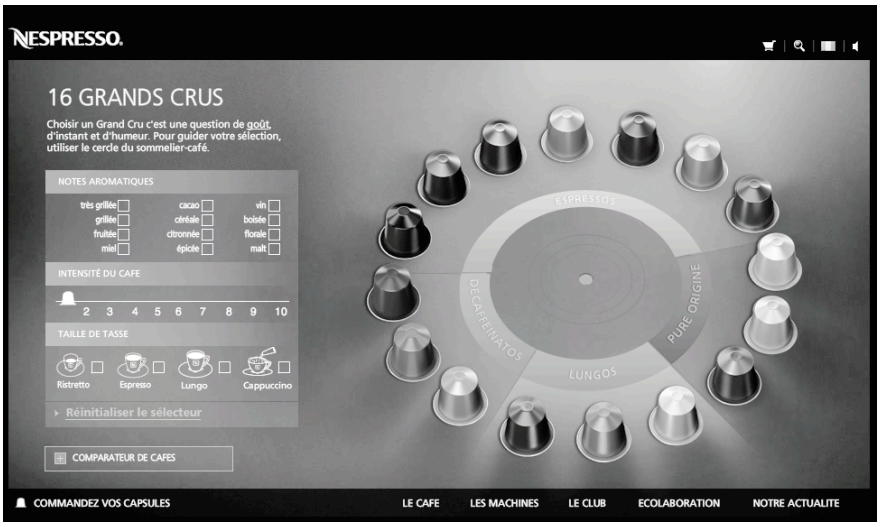
http://www.nespresso.com/#/fr / fr

Del mismo modo, en el sitio web del café Carte Noire16 el cuerpo “flotando” de la joven, así como las columnas de humo que se hacen eco de las cápsulas en suspensión, también actualizan una isotopía de desaceleración y lentitud. Estos efectos de levedad, de suspensión de las formas en el plano de la expresión, pueden corresponder al plano del contenido en la pausa que constituye la secuencia de degustación del café en lo cotidiano (desembrague espacio-temporal).

http://www.cartenoire.fr/notre-marque/la-saga-publicitaire/
carte-noire-en-images.php

Como vemos, el espacio figurativo del café se libera entonces de la simple

figurativización del sabor como tal. Podemos retomar todavía la ilustración en las propuestas figurativas de la información sobre los cafés Grands Crus Nespresso, si fuera necesario insistir en la analogía con el mundo del vino. En primer lugar, con la lenta descomposición de los aromas, plasmada en el "círculo del sommelier-café", *Gestalt* de la unidad, de la complementariedad entre las posiciones proximales o distales, de la totalidad.



www.nespresso.com/#/es/es/cafe_nespresso/grands_crus

Este primer nivel figurativo se fija en la sintaxis de la degustación articulada entre lo aromático, la intensidad y el tipo de taza preferido. Hay sorpresas, particularmente en cuanto a aromas inesperados, proporcionados como oportunidades potenciales y por lo tanto, posibilidades de afirmación de un sabor puro o el punto de partida en la búsqueda de un sabor en formación. Hay, por ejemplo, los aromas del vino o las notas de cítricos, que por su naturaleza "exótica" pueden extender el tiempo de la búsqueda.

El puente de enlace mental con el vino surge de la legitimidad de la experiencia en el campo sensorial, que aquí es plenamente asumida. El círculo del "sommelier-café" se equipara a una cosmogonía que se vuelve inteligible por su organización en colores, territorios y posiciones. Reproduce, providencialmente, la forma circular de la cápsula, con una dirección centrípeta de los círculos que simbolizan a la vez la unidad y la integridad de un sistema perfectamente homogéneo. La isotopía ya no es la del consumo, sino la de la degustación, como una relación que se construye más con la sustancia. Relación más sensible por la ganancia de

inteligibilidad específicamente con el objeto y la materia que apela no a la técnica de descifrado técnico, sugerido por el cuadro aromático, sino a la lenta apropiación de un sabor significativo cuya densidad significante se revela, se devela, permanece con nosotros. Hay que mencionar el eminente papel desempeñado por las valencias de progresión y acumulación subyacentes al discurso de Nespresso en la actualización de un *tempo* lento. Además de las etapas sucesivas del proceso de transformación del café, la enumeración "en serie" y acumulativa de los expertos Nespresso hacen eco de la lista acumulativa de las dieciséis variantes de café. Estas figuras de expansión construyen una valorización axiológica de la adquisición gradual y del despliegue cuantitativo, que evocan la duración y la lentitud.17 Son esta misma lentitud del *tempo* y esta misma progresividad las que se actualizanen los numerosos comentarios explicativos y argumentativosde Nespresso en su sitio web para dar a conocer y apreciar susproductos, y son ellos mismos los que actualizan un *tempo* lentoy gradual.

En un segundo nivel, el espacio figurativo del café, una vez más por analogía con la degustación del vino, puesto que se propone *penetrar* en "el alma de los Grands Crus de Nespresso", opera el desembrague con la sensación gustativa, para figurar mejor el proceso de lenta elaboración.

www.nespresso.com/ # / es / es / cafe_nespresso / capsules_nespresso

En esta representación del café no figura sólo una condensación de las operaciones que constituyen y conforman la identidad de gusto, sino que para permanecer dentro de un marco temporal, se detallan y organizan las secuencias que *prefiguran* la sensación directa en el momento del consumo, y remontan todo el

proceso de formación del gusto. Un sincretismo se lleva a cabo, de manera determinante, entre la inscripción del café en el tiempo de producción —imposible apresurarse en sus etapas, sus períodos— y la inscripción del café en el momento de la degustación, que presupone la competencia para identificar todas estas operaciones, incluso en una decisión de compra que ha sido pensada. Cada operación se concibe como un momento, más que como un procedimiento; un tiempo de maduración, más que una sucesión de etapas.

La analogía con el vino y la temporalidad de su degustación no está exenta de limitaciones, aun si los universos figurativos se superponen de alguna manera. La degustación del café no sigue la liturgia del vino para identificar o reconocer un territorio, una cosecha, una cepa, una designación, una propiedad, como tantas otras sofisticaciones del gusto organizadas socialmente.

En un registro más reducido, el café no tiene menos elementos figurativos que los extendidos por los motivos y el perímetro del gusto, que prolongan así la *experiencia gustativa* al conferirle materia e intensidad.

Porque se trata de una experiencia. *Probar* la sensación en su plenitud estésica, sinestésica, indisociable, como acabamos de ver, de una forma estética en devenir, de la formación de un espacio figurativo que no hemos separado de la actividad perceptiva, con sus sensaciones, pero también con sus motivos y sus formas iconizadas, sus figuras. Para ir más lejos, y comprender mejor la temporalidad que es parte profundamente grabada en la experiencia gustativa, de forma lenta, desacelerada, de degustación, es necesario ampliar este espacio figurativo a otras modalidades experienciales: temporales, espaciales, verbales, gestuales, actoriales, tímicas.

La experiencia sensorial del consumo de café ha sido objeto de estudios recientes en la semiótica del *marketing*. En particular, se ve como una experiencia subjetiva pero possible de reconstruir en su forma: un momento de consumo dividido en tres polos (sensación, sensibilidad, sentido), a partir de mitrabajo en colaboración con Verón,18 y tres regímenes de coproducción (co-presencia, co-figuración, co-existencia) en un contexto cultural o de marca registrada: “se trata de mostrar las modalidades semióticas de esta experiencia sensible interesándose más en la sensibilidad de los consumidores, ya que refleja la naturaleza dinámica de la relación entre un individuo y un objeto (categoría de producto, marca...).19

“Dinámica de una relación” mediada específicamente por las formas que rigen la experiencia estética del gusto y pueden incluir la lentitud, a título favorable, en múltiples niveles: la estética de la preparación con apoyos materiales que garantizan el control, la eficiencia en las acciones, en un gesto estético, estudiado, eficaz, sin precipitar el movimiento de las cosas, la estética del marco y del espacio que se adapta a la situación de consumo o que le da un relieve particular, estético de los objetos, en beneficio de los sabores y de las emociones gustativas.

Tantas secuencias inscritas en la actividad de consumo, de degustación, con un impacto en la atención y la concentración del sujeto, de la densidad y la amplitud del gusto al desplegar la trama figurativa de los recursos discursivos disponibles. La capacidad de “probar” se abre entonces en su doble acepción: no sólo “sentir”, dejar a las sensaciones del cuerpo mismo que tomen su tiempo para emerger y desarrollarse, en sincretismo con el despliegue figurativo de la actividad perceptiva (o “diacretismo” como lo sugiere Fontanille, si es cierto que la imagen se libera del sabor y de las sensaciones de origen) y también “se pone a prueba” experimentando su habilidad, no idiosincrásica sino práctica, performativa, al ejercer su juicio perceptivo y sensible según ciertas maneras de hacer. No sólo en el orden de las sensaciones, sino en el orden de lo sensible, con todo lo que contribuye a servir a la actividad perceptiva, a enriquecerla, como forma cada vez más construida y significante en el tiempo: “Solamente aprendiendo, de tal suerte, a conocer, *en acto*, ‘el objeto’ con el que entra en relación —al dejarse penetrar por contagio— es como el sujeto llegará a utilizar, a profundizar en el valor y a desplegar las posibilidades del sentido y, por lo tanto, llegará, como se suele decir, a ‘amarlo’, o más bien, a tomarle gusto.20

En las situaciones más comunes, la espera del sabor préfigura la sensación, pero la degustación del aficionado añade ahí el refinamiento de la forma en que debe efectuarse en todos los registros de la experiencia sensible. La forma se conjuga con el hacer, el hacer y la forma de la experiencia gustativa, con su temporalidad propia del tiempo desacelerado, incluso suspendido. La forma es concebida, por tanto, en la dinámica de un *proceso de formación* basado en escalas de tiempo variables: la formación de una sustancia, de un producto que entrega pronto sus sabores, formación de una situación, a traves de una degustación que se despliega en todos sus registros sensibles y figurativos, formación del sujeto, por

aprendizaje, conocimiento y experiencia del café como un arte de vivir.
Un proceso complejo que, de acuerdo con la propaganda más inspirada, nos hace concebir el "alma" de un producto. Más que un programa de sabores, un mundo de sensaciones que toma forma y, más allá, *una forma de vida* que se revela en la temporalidad específica de la degustación. Henos aquí, en el umbral de un nuevo registro: la ética de la lentitud.

La ética y la parentética

El café es la segunda fuente de intercambio, después del petróleo y antes del trigo. En todo el mundo, participa de los placeres alimenticios más comunes, desde el consumo ordinario, banal, hasta las situaciones vividas como experiencias de café.
De todos los modos posibles de consumo, hemos seleccionado el que más se presta idealmente —es necesario reconocerlo— a la isotopía de la lentitud en los grandes registros figurativos del gusto: la degustación del café, con las dimensiones estésicas y estéticas que puede tomar el discurso social o publicitario.
Tuvimos que identificar el papel del tiempo en relación con las razones por las que se destacan no sólo la actividad perceptiva (vertiente estésica), sino de la experiencia gustativa (vertiente estética). La comprensión de esta "inteligencia sintagmática"21 del sujeto que va a tientas con respecto a las sensaciones y razona sobre su capacidad de hacer sentido e imagen, es decir, de cautivarnos. Juego complejo entre instante y duración, entre lo aprehendido y lo referido, con un ajuste gradual del sujeto al objeto, en este caso el café, pero más discretamente todavía, el sabor, el gusto, la experiencia gustativa que conjuga el ser y la cosa. Lo que proviene de la semiótica de la experiencia, como la llama Landowski, es decir, "una problemática de las condiciones de emergencia del sentido, tal como se construye en acto, en la interacción entre el sujeto y el mundo percibido [...] La interacción entre los actantes no se limita a imponer una forma a una materia: ella la crea".22
La experiencia gustativa, en su capacidad de hacer signo e imagen, y en tanto actividad de atención y concentración, requière la lentitud como promesa de advenimiento de la forma. No podemos seguir usando el diccionario —y otros ya lo han mostrado—23 en las connotaciones despectivas de la lentitud en relación con el

otro funtivo del *tempo*, para hablar en términos tensivos: la velocidad. Esto nos aleja de la valoración de la lentitud que actúa favorablemente sobre el sujeto: 1) Para tomar el tiempo de construir la relación y eliminar la percepción de propiedades estésicas y sinestésicas propias del nivel gustativo en la apreciación del café; 2) Para orientar al sujeto hacia una mayor atención con respecto al objeto del gusto, no reducible a la expresión de sabores directos y meditados, pero "percibida" en un espacio figurativo expandido, de la estesia a la estética de la experiencia gustativa. Un proceso lento que conduce, en cierto sentido, de la sensación, de la imagen sensorial, al juicio estético convertido en competencia para reconocer las multiples dimensiones figurativas del gusto. Más allá de su riqueza polisensorial, toma forma, para el café, su relación multimodal en el tiempo, en el espacio, en los gestos, en las interacciones, en los discursos; para dibujar, en última instancia, verdaderas formas de vida.

Esta dimensión reflexiva del gusto, respaldada por su dimension figurativa, explica el papel de la lentitud en la discretización de las sensaciones e imágenes que ganan progresivamente en intensidad, en el interior de una experiencia sensible en espéra de implementación. Las palabras de Bachelard, tomadas por Zilberberg,24 nos dan la clave para comprender más acerca de este fenómeno:

> Lo lento no es lo rápido refrenado. Lo lento imaginario también quiere su exceso. Lo lento es imaginado en una exageración de la lentitud y el ser imaginante goza, no de la lentitud, sino de la exageración de la lentificación. Observen cómo brillan sus ojos, lean en su rostro la alegría fulgurante de imaginar la lentitud, la alegría de ralentizar el tiempo, de imponer al retorno un porvenir de dulzura, de silencio, de quietud. Lo que es lento recibe así a su manera el signo de lo demasiado, el sello mismo de lo imaginario.

Obviamente, el aficionado al café, totalmente envuelto en la percepción de los aromas y más allá, en la seducción de la experiencia gustativa, se inscribe en ese *tempo*.

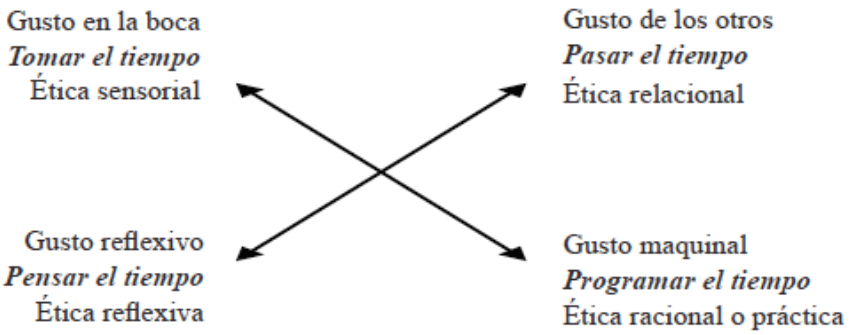
La exageración de la desaceleración se manifiesta plenamente en el espacio figurativo del café elaborado por las marcas. Así, el motivo figurativo de acercamiento gradual de los dos héroes.25

La conjunción se rige por un modo de aproximación lenta, contenida, y siempre diferida o que no se ha completado. Cuerpos que se lanzan en cámara lenta, que se congelan, retrasando el contacto físico, el cual toma la forma de la caricia, de la ternura.

Esta experiencia no es sólo una actividad perceptiva, sino un acto socializado, entre "estesia y sociabilidad", para usar un título muy conocido en las *Nouveaux Actes Sémiotiques* dedicado a la semiótica *gourmet*.26

A diferencia del café tomado a la carrera o bebido de un solo trago, para darse un impulso, los regímenes dominantes del consumo de café en taza se componen de temporalidades desaceleradas. Si nos aplicamos a proyectarlas al cuadrado, en términos de relaciones lógicas y sin hacer referencia a un *corpus* publicitario en particular, forman un sistema en lo que podríamos llamar *el consumo del tiempo*, en el que la experiencia semiótica27 del café (integrando el consumo) está profundamente modulada por las valencias aspectuales y tensivas:

Temporalidades desaceleradas en el consumo del café



Los discursos publicitarios abordados anteriormente (Nespresso, L'Or, Carte Noire, etc.) revelan hasta qué punto la modulación tensiva del aminoramiento y de la suspensión del *tempo* orientan las estrategias figurativas de representación de la experiencia semiótica del café.

El café acentúa, en el sentido goffmaniano, las secuencias de ciertas horas del día. Marca a veces, con la métrica de las comidas, y en todos los espacios dejados a la iniciativa del sujeto, la necesidad mecánica de tomar un estimulante que sea aromático y en otras ocasiones remite a una actividad reflexiva en la que el sujeto

se hace presente a sí mismo a medida que se rodea del objeto y saborea *su* café. Es evidente que los regímenes temporales cambian de registro en función del tipo de relaciones que se establecen, del consumo habitual, en la lógica de flujo, en el *continuum* indiferenciado de las actividades, a la actividad reflexiva y desacelerada del aficionado al café, hasta la suspensión del tiempo completamente absorto por la atención exclusiva al objeto, a la relación con el objeto para ser precisos. La demostración de este sistema temporal, bajo la condición de la lentitud, parece ofrecernos señales creativas para los discursos de las marcas publicitarias sobre el imaginario social del café. Escenarios creativos posibles de manejar tanto en términos de contenido, como en el nivel de expresión. Precisemos algunos de los diferentes guiones que surgen de nuestro sistema temporal de la lentitud:

1) "tomar el tiempo" (gusto en la boca, progresivo y evolutivo): el sabor del café supone aquí la discretización, la categorización de los aromas y sabores. Pero, incluso antes de percibir las huellas, se debe proceder metódicamente en cada etapa de preparación: utilizar buen material, respetar las distintas operaciones, hacer lo correcto, esperar el momento adecuado. En todas estas dimensiones, la estésica procede de la ética, ética sensorial que pone a prueba al sujeto por el objeto. La aprehensión polisensorial es, pues, una interrupción inestable y provisoria en relación con las capas temporales que siguen llevándola más allá del instante en que se nos ofrece. Este no es el "habiendo sido" de la foto, según Barthes, sino lo que "va a ser", "la espera de lo inesperado", de la que habla Greimas. Es necesario dejar que llegue este instante. Para hacer referencia a esto una vez más, el discurso Nespresso es, en este sentido, el ejemplo perfecto de esta temporalidad aminorada, de ese proceso aspectualizado:

> Una vez preparado, un espresso seguirá emergiendo. Ciertos aromas, los más floridos, tienden a ser los primeros en liberarse, mientras que otros, la mayoría de los tostados, más pesados, tardan en aparecer. La presencia de la crema es esencial tanto para revelar como para proteger estos aromas: de hecho, sólo después de la extracción, la crema de café, naturalmente formada de café líquido y de aire, provoca un aumento de la liberación de los aromas que salen de la taza. Una vez estabilizada, hace las veces de una 'tapa' que impide que los aromas más volátiles se escapen.

Podemos darnos cuenta de cómo esta descripción se ajusta al despliegue figurativo del sabor, entre estesia y estética en la forma del gusto con su juego de variaciones ("los más tostados, más pesados", "líquido y aire", "crema"), de envolturas ("revelar y proteger", "salirse", "tapa"), de fuerzas ("aumento en la liberación de aromas", "estabilizado", "impide").

2) "pasar tiempo juntos" (gusto por compartir con los otros): el café se vive como experiencia monádica, idiosincrásica de reconocimiento y de apropiación de sabores por el sujeto, en la corriente de la estesia. Pero es, igualmente, momento de sociabilidad. A diferencia del vino que nutre su propia poética en la pequeña teatralidad de lo social, alrededor de la mesa, entre los comensales, el café no requiere el discurso inspirado de los sabores o todas las propiedades organolépticas de su degustación. Con respecto al vino, se podría alabar, como ya lo hemos observado, el origen, el territorio, el suelo, el clima, la exposición, la vendimia. Pero sacado de la retórica de la publicidad o del discurso experto, el comentario sobre el café está lejos de igualar el ceremonial del vino. Se inscribe en un momento de sociabilidad que, en última instancia, abunda en palabras, en el placer de compartir juntos un buen momento. Es el símbolo de la sociabilidad, *de pasar tiempo juntos,* ética relacional gobernada tan pronto por la sencillez, en casa o en el café, tan pronto por el protocolo, para extender el tiempo que pasamos en una mesa de restaurant.

3) "pensar el tiempo" (gusto reflexivo): este es el momento de la retirada propioceptiva, escuchándose a sí mismo, como replegado en sí mismo, para sentir mejor, volver a sentir. Probar, en todas las acepciones del término, tanto para probar el gusto insondable, inefable, y sentir, manifestar, expresar. Momento fenomenal en relación con la experiencia sensible en la búsqueda de la plenitud, de la totalidad. Este gusto reflexivo, ya señalado en Brillat-Savarin, proviene de la sensación y se proyecta en ontologías, entre la naturaleza del gusto y la cultura que se filtra en él, antes de que el aficionado al café lo incorpore, con todas su imágenes y sus símbolos. A su manera, el café hace que nos preguntemos, desde su producción hasta su consumo, en la experiencia misma del gusto, en su "metafísica singular, una ética confundida con una estética", a través de "las tres formas

posibles de la encarnación ontológica del tiempo: el ser, el devenir, la presencia, la forma, el advenimiento, la existencia".28 Ética reflexiva, contradictoria con la simple búsqueda de sociabilidad, en la que el café es el pretexto para compartir un momento. Vemos la ilustración ideal o paradigmática con la experiencia de L'Or EspressO, declinada en todas sus facetas, pero afirmada en la expression (desaceleración, huellas figurativas) y el contenido (elecciones axiológicas y temáticas) en la experiencia del tiempo:

http:// www.experienceloresspresso.com/#/fr/experiencia

Maduración - Durante estos largos años, la arábica de L'Or EspressO crece al fresco, en las tierras altas. Durante todo este tiempo se inunda plenamente de aromas.

4) "programar el tiempo" (gusto maquinal, del control a la rutina): el gusto "maquinal" remite, lo adivinamos, al régimen de automaticidad de las máquinas de café, cuya función principal es facilitar la preparación de cafés, programada o programable, mecánica. En sus anuncios, las marcas conjuran esta visión de la mecanicidad del gusto. Éstas asocian, por el contrario, la máquina de café al perfeccionamiento de todas las etapas en el proceso de control del desarrollo de un gusto refinado, como vimos con el discurso epidíctico sobre las virtudes de las cápsulas. Esto se refiere a la ética racional de control, el control cada vez más transferido a las máquinas, pero también enérgicamente inscrito en la sintaxis de degustación que respeta escrupulosamente los pasos, sin invertir, ni cambiar nada o alterar el orden bien establecido de las cosas, con métodos probados para reproducir la experiencia de acuerdo con una planeación interpretativa ya establecida.

Imagen invertida con la cafetera enchufada durante horas, en la casa o la oficina, para mantener el café caliente. La lógica del consumo continúa, el flujo de actividades o tareas se hace más agradable, o simplemente para romper el

aburrimiento, la monotonía, con el café como coadyuvante ritual, pero *quasi* mecánico.

Dentro del cuadrado semiótico desplegado de esta manera en torno al café, las posiciones heurísticas no tienen polos exclu sivos unos de otros. Es posible concebir las diferentes facettas del gusto en su complementariedad, por sucesión o por niveles progresivos (continuo y gradual) e incluso por sincretismo. El placer de degustar juntos un buen café, de experimentar ciertas sensaciones, incluso diferenciadas, en todo caso individualizadas, es un buen ejemplo de situaciones potencialmente ejecutadas, a través de las cuales los sujetos plenamente ocupados en el reconocimiento de los sabores (gusto en la boca que da acceso al gusto reflexivo) no renuncian a comunicar lo propio de su gusto y, más allá, de vivir un momento compartido (gusto de los otros), capaz de desembragar de este preámbulo discursivo. La brève ceremonia social, relacionada con el ritual de preparación y de servicio (gusto mecánico), con o sin máquina, completa y llena, si es necesario, estas modalidades y modulaciones sensibles que integran el tiempo desacelerado. Pero, por el contrario, cada posición actualizada en el sistema temporal de degustación delcafé mantiene un grado de autonomía en relación con los demás.

Todas estas temporalidades desaceleradas prefieren un determinado tipo de relación con uno mismo y con los demás, un cierto régimen de relaciones con las cosas, especialmente Cuando se les da existencia, o incluso un alma. De la estética a la ética de la lentitud no es necesario entonces solamente elaborar una tipología de las *formas de vida*, sino una morfología de las relaciones.

Esto equivale a considerar la realidad de la experiencia gustativa como *situación*, como *relación* entre los actantes, ya reconocidos en el nivel de las sensaciones (vertiente estésica),

luego de los motivos del gusto, en un espacio figurativo expandido (vertiente estética), donde los valores y las formas de vida han sido vertidos (vertiente ética). Retomemos a Landowski:29

> Aunque es cierto que el goce puede prescindir del discurso es, sinembargo, en el punto de encuentro entre sensación y significación, entre estesia y sociabilidad, y únicamente ahí, donde radica su florecimiento

Podemos medir, al respecto, la correspondencia de este fenómeno con las temporalidades que declinan la lentitud o desaceleración bajo diferentes prácticas de manifestación del gusto por el café. Nos hemos esforzado para mostrar las relaciones entre las configuraciones dinámicas que articulan la materia y dan forma a la sustancia (vertiente objetual dominante en el nivel estético) y los regímenes de las relaciones que mantenemos con estas configuraciones (vertiente subjetiva dominante, en el nivel ético).

Pero, más allá de la división ontológica o de la distribución entre objeto y sujeto, es la naturaleza de las relaciones entre sujeto y objeto la que gobierna lo que no es reductible a una gramática logocéntrica de lo sensible, sino que requiere una semiótica de lo sensible, cuando el sujeto *se deja* llevar por la experiencia del sabor del café, mientras que le da forma y carácter. Una aproximación necesariamente multimodal, ampliamente extendida en sus dimensiones figurativas emancipadas de la descripción de sabores básicos, para nuestros propósitos, en la escala de una semiótica gustativa. Por lo tanto, este potencial figurativo ofrece posibilidades creativas en el discurso publicitario. En la ausencia de contacto directo con el sabor del café, se le da a la imagen publicitaria, en particular a través de las potencialidades visuales de las páginas web, la posibilidad de trabajar con el contenido y la expresión, de una dimensión abstracta como la lentitud, para hacer de ello un elemento de valoración del gusto, que se encuentra también limitado en un mundo de sabores discretos que recurren a la publicidad.

En la trinidad de lo sensible, aplicada a la degustación del café y a su temporalidad aminorada, incluso suspendida, fue posible concebir la *estésica* como un primer nivel de elaboración, pero también de negociación con los sabores; la *estética,* como proceso también relacional, con motivos y figuras, formas y configuraciones que explican cómo el sabor *entra en nosotros*, cómo le tomamos gusto a las cosas, bajo el régimen dominante de la experiencia de consumo y más aún, de la experiencia gustativa; la *ética,* como el sistema de relaciones que mantenemos con estas configuraciones, participante o sujeto en la formación de *ethos*, de estilos de vida, encaminados a valorizar los momentos clave de la experiencia, de las situaciones de vida propias de este estilo.

El sabor es la promesa del saber, de saber siempre un poco más acerca de nuestra inteligencia sensible, entre experiencia y existencia. Es por eso que el gusto se

emancipa de la sensación para conducir al sentido, al conocimiento. Con la condición de darse el tiempo o tomárselo, descubriendo poco a poco, lentamente, a través de lo que es propio al objeto, lo que nos es propio como sujetos sensibles. Un verdadero desafío, bajo el régimen acelerado del hiperconsumo y del artificio triunfante del signo alimentario. Se entenderá que la proeza de la imagen publicitaria, frente a una dimensión sensible como la lentitud, es la de explotar los recursos figurativos para valorar el sabor, de lo visible ante nuestros ojos, a lo visual que inscribe el tiempo en la imagen y opera la conversión de poner la mirada sobre las cosas30 para mantener la promesa de las imágenes, como prefiguración de la experiencia del sabor.

1 Jacques Fontanille, « Textes, objets, situations et formes de vie. Les niveaux de pertinence du plan de l'expression dans une sémiotique des cultures », in Transversalité du Sens, Denis Bertrand et Michel Costantini (dir.), Paris, PUF, 2007.

2 Jean-François Bordron, « Perception et énonciation dans l'expérience gustative. L exemple de la dégustation du vin », A. Hénault (dir), *Question de sémiotique,* Paris, PUF, 2002.

3 Colloque de Royaumont, "Sémiotique : le sens, le sensible, le reel", 2010. Recuperado en linea de [http://cpst.univ-tlse2.fr/accueil/agenda/evenements/colloque-le-sens-le-sensible-le-reel-66748.kjsp].

4 Jean-Jacques Boutaud et Eliseo Veron, *Sémiotique ouverte, itinéraires sémiotiques en communication*, Paris, Hermès-Lavoisier, 2007.

5 Herman Parret, *Sutures sémiotiques,* Limoges, Lambert-Lucas (notamment le chapitre « Synergies discursives, syncrétismes du sensible, synesthésies de la sensation », 2006.

6 Pierre Ouellet, *Le sens de l'autre. Éthique et esthétique,* Montréal, Liber, 2003.

7 *Cfr*. H.-D. Belitz and W. Gorsch, *Food chemistry*, [traduction de la seconde é dition allemande *Lehrbuch der Lebensmittelchemie*], Berlin/New York, Springer Verlag, 1987. "Para satisfacer nuestra curiosidad, encontramos que los 650 compuestos conocidos se reparten de la manera siguiente :

- 148 compuestos alifaticos, de los cuales 27 son hidrocarburos, 19 alcoholes y ceto-alcoholes, 17 aldehidos, 1 acetal, 38 cetonas y dicetonas, 1 tiocetona, 13 esteres y eteres, 19 acidos carboxilicos, 9 compuestos azufrados y 4 compuestos aminados.
- 55 compuestos aromaticos, de los cuales 20 son hidrocarburos, 11 fenoles, 11 eteres y esteres, 11 alcoholes, aldehidos y cetonas y 2 tioeteres
- 21 compuestos aliciclicos
- 317 heterociclos, de los cuales 92 son de naturaleza furanica".

8 *Cfr*. Erik Bertin et Nicolas Coué gnas, "Les stratégies doxales dans les signatures de marque", in *Sémiotiques en pratiques*, Karine Berthelot-Guiet et Jean-Jacques Boutaud (dir.), Lormont, Editions Le Bord de l'eau, 2012.

9 Jacques Fontanille, *Sémiotique du visible,* Paris, PUF, 1995, p. 43.

10 Disponible en la pá gina [http://www.cartenoire.fr].

11 Maurice Merleau-Ponty, *Phénoménologie de la perception*, Paris, Gallimard, 1976 [1945].

12 Jacques Fontanille, « Paysages, terroirs et vins », in *Le corps, le vin et les images*, Martine Joly and Hubert Cahuzac (dir.), L'Harmattan, MEI n°23, 2005.

13 *Loc. cit*.

14 *Loc. cit*.

15 Erik Bertin, « Construire un objet de sens(ations) : sémiotique du sensible et nouveaux produits », *Les objets au quotidien*, Jacques Fontanille et Alessandro Zinna (dir.), *Nouveaux Actes Sémiotiques*, Limoges, Pulim, 2005.

16 Disponible en línea en la página [http://www.cartenoire.fr/uncafenommedesir.com/].

17 Claude Zilberberg, « Plaidoyer pour le tempo », in *Le devenir*, sous la dir. de Jacques Fontanille, Limoges, Pulim, 1995.

18 Jean-Jacques Boutaud et Eliseo Veron, *Sémiotique ouverte, itinéraires sémiotiques en communication*, Paris, Hermès-Lavoisier, 2007.

19 Boris Maynadier, Fatim-Zohra Benmoussa, Karim Errajaa et Laurent Maubisson, « L'expérience sensible de consommation : une analyse sémiotique du cas de la consommation de café et de la marque Nespresso », *Actes du 26ème Congrès de l'Association Française de Marketing*, Le Mans, 2010.

20 Eric Landowski, *Passions sans nom*, collectión Formes Sémiotiques, Paris, PUF,

2004.

21 Algirdas Julien Greimas, « Le savoir et le croire : un seul univers cognitif », *du Sens II*, Paris, Seuil, 1983.

22 Eric Landowski, *op. cit.*

23 Claude Zilberberg, *Éléments de grammaire tensive*, Limoges, Pulim, 2006.

24 *Loc. cit.*

25 *Cfr*. página Carte Noire, *op. cit.*, sección cine intenso.

26 Eric Landowski, Gianfranco Marrone *et al.*, "Sémiotique gourmande. Du goût, entre thésie et sociabilité", *Nouveaux Actes Sémiotiques*, no. 55-56, Limoges: Pulim, 1999.

27 La experiencia semiótica designa la construcción de la significación en acto, llevada a cabo por el sujeto, el cual emerge, más allá de los discursos objetos, en las prácticas que los integran. *Cfr*. Jacques Fontanille, 2008.

28 Michel Onfray, *Les formes du temps. Théorie du Sauternes*, Bordeaux, Mollat, 1996.

29 Eric Landowski, *Passions sans nom*, *op. cit.*

30 "Frente a los ojos, no hay más que lo visible; frente a la mirada, no hay más que lo visual, como fragilidad de la evidencia dramática, de la obra, del movimiento". Herman Parret, *op. cit.*, p. 116.