HAL
open science

Figuration du goût et webdesign de la saveur, entre esthésie et esthétique

Jean-Jacques Boutaud

To cite this version:

Jean-Jacques Boutaud. Figuration du goût et webdesign de la saveur, entre esthésie et esthétique. Episteme, 2012, 6, pp.21-42. halshs-01139540

HAL Id: halshs-01139540

https://shs.hal.science/halshs-01139540v1

Submitted on 28 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.

EPISTEME - 에피스테메 7호, 2012.6, 21-41 (21 pages)

Figuration du goût et webdesign de la saveur, entre esthésie et esthétique

Figuration of Taste and Web-design of Flavor Between Aesthesia and Aesthetics

Jean-Jacques Boutaud

영어 초록

Solid relationships between aesthetics and ethics are always discussed, as so are many complex ramifications between the sensible and the intelligible. The question comes to enrich a third term which is often set back from these basic polarities: the aesthesia, the world of the senses, sensations, which are intended to cooperate. Schematically, it creates a fundamental relationship among aesthesia (sensations), aesthetic (forms) and ethics (values), which governs the approach of the sensible world and directs a complex issue such as the representation taste, the taste sensation, emotion gourmet, in terms of communication.

It is understood that the heart of the semiotization process of taste, served by new technologies which are defined as aesthetic, must deal with strategies of the indexical representation in connection with the aesthesia and the sensations of taste. The simplest way is to articulate the purpose of aesthesia, assuming that the logic of representation is deployed in the registered aesthetics in order to represent the flavor and the form of system with guaranteed consistency and uniformity in the figurative strategies. However, it is not able to think a possible system to articulate aesthesia, synesthesia, hyperesthesia, and anesthesia with aesthetic resources outside of food life forms ethically at this time.

End 초록 목차

목차

Le figuratif du goût, avant l'image
L'image esthésique de la saveur : vertus et limites de l'iconique
Synesthésie, hyperesthésie…anesthésie
Bibliographie
Abstract

End 목차 키워드

키워드

aesthesia, aesthetics, ethics, figuration of taste, web-design of flavor

Les relations de solidarité entre esthétique et éthique sont discutées depuis toujours, comme autant de ramifications complexes entre le sensible et l'intelligible. Pour Wittgenstein, « l'éthique et l'esthétique sont une seule et même chose » (Tractatus, proposition 6421), à condition, prévient Laplantine (2005), de penser non pas l'esthétique à partir de l'éthique, avec tous les risques de moralisation de l'activité créative mais l'inverse, dès que la forme produit de la valeur. Il y aurait déjà, à ce niveau, belle matière à méditer, pour décrire et analyser l'esthétique du goût. Mais la question vient s'enrichir d'un troisième terme qui reste trop souvent en retrait de ces polarités de base : l'esthésie, le monde des sens, des sensations, qui ont vocation à coopérer, si l'on retient la formule de Merleau-Ponty : « la synesthésie est la règle » (1945).

Pour schématiser, il se crée une relation fondamentale entre esthésie (les sensations), esthétique (les formes) et éthique (les valeurs), qui gouverne l'approche du monde sensible (Boutaud, 2007) et oriente une question aussi complexe que la représentation du goût, de la sensation gustative, de l'émotion gastronomique, en termes de communication. Comment représenter la saveur ? Comment dire et figurer le goût, comme sensation, impression gustatives ? Phénomène si délicat à traiter, si complexe à restituer, qu'il engage bien souvent un processus de sémiotisation du goût pour représenter la saveur, en donner forme et image, contour et discours. Communiquer *sur* la saveur certes, mais mieux encore *communiquer la saveur*, comme si rien n'était rompu du contact direct avec l'aliment ou la perception des saveurs. Comme si l'image avait ce pouvoir indiciel de nier la coupure sémiotique pour travailler la « suture sémiotique » (Parret,) avec son objet.

Cette problématique prend un tour particulier et une dimension nouvelle avec les potentialités offertes par les images et les écrans numériques. Des espaces figuratifs et créatifs qui se donnent d'infinies possibilités pour produire des formes, les animer, les manipuler et les faire manipuler. Ressources interactives parfois définies en termes de sémiurgie, tant la liberté est grande de faire naître des formes et de voir se développer la vie du signe. Comment décrire ce processus de figuration esthésique qui conjure l'absence, le manque, en l'occurrence celui de la saveur et des sensations gustatives en propre, pour figurer la dimension esthésique du goût ? Problématique centrale pour les chefs sur internet, pour l'édition numérique gastronomique, pour les blogs culinaires, mais aussi pour toutes les marques alimentaires qui capitalisent sur les images numériques et multimédia pour décrire ce qui est le propre du goût, sinon la base même de la sensation gustative : la saveur, ce à quoi, ce pour quoi travaille le geste culinaire. Entre esthésie et esthésique, l'aliment, avant d'être sensation en bouche, est représentation figurale (forme) et figurative (objet) qui préfigure, précisément, le goût, dans sa nature, son caractère (simplicité ou sophistication, nature ou artifice, terroir ou exotisme) et, idéalement, la saveur (sucré-salé ; doux-fort ; chaud-froid). Depuis toujours, l'image

alimentaire ou gastronomique joue avec ce pouvoir de figuration et de préfiguration de la saveur, à travers la forme de l'aliment et des plats, soit pour servir la perception gustative et l'idéaliser (une belle présentation), soit pour la surprendre, la déjouer en quelque sorte, et mieux l'éveiller ainsi : trompe-l'œil, travestissement, forme énigmatique, autant de stratégies reprises par les chefs pour mettre le beau à la bouche.

Comment décrire, alors, ce processus de sémiotisation du goût, lorsqu'en l'absence de contact direct avec les aliments, l'image doit figurer la saveur, figurer la sensation gustative ? Comment concevoir et articuler les relations entre esthésie (sensations), esthétique (formes) et éthiques (valeurs) quand elles travaillent à représenter la saveur, un processus de figuration si complexe qu'il stimule et réclame la mise en signes et en scène de l'image culinaire et gastronomique, bien au-delà du référentiel alimentaire ?

On l'aura compris, le cœur du processus de sémiotisation du goût, servi par les nouvelles technologies, s'il est par définition esthétique, doit composer avec des stratégies de figuration en lien indiciel avec l'esthésie et les sensations gustatives. Le plus simple est donc d'articuler le propos autour de l'esthésie, en faisant l'hypothèse que les logiques de figuration déployées dans le registre esthésique, pour représenter la saveur, forment un système, avec des garanties de cohérence et d'homogénéité, dans les stratégies figuratives. Un système possible à articuler entre : l'esthésie et la synesthésie, l'hyperesthésie, et… l'anesthésie, avec des ressources esthétiques impossibles à penser en dehors de formes de vie alimentaire (le gourmand, le gourmet, la fun food, etc.) sur le plan éthique, cette fois.

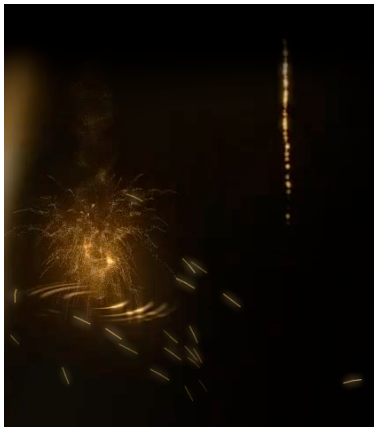
Le figuratif du goût, avant l'image

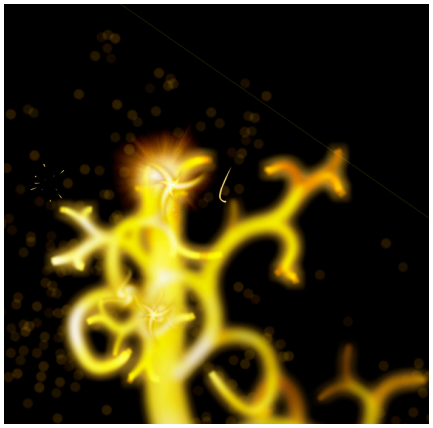
Difficile d'entrer dans l'univers figuratif de la saveur si elle devait se limiter à un pur phénomène physiologique, délesté de charge sémantique et symbolique. Peu de place pour la communication et ses traces sémiotiques, si le goût ne siégeait que dans l'activation de nerfs ou ce que l'on appelle la sensibilité chimique, dès lors que les trois catégories de sensations impliquées dans le goût, saveurs, arômes et sensations trigéminales ne se conçoivent qu'en rapport avec les propriétés moléculaires des stimuli. Avant de considérer le pouvoir esthésique de l'image, il est nécessaire d'appréhender le pouvoir figuratif du goût, comme base même de ressources plastiques et iconiques qui seront exploitées pour figurer la saveur.

Dans sa présentation et description du cerveau gourmand, un spécialiste des neuro-sciences, comme André Holley (Holley, 2006) est bien vite amené à parler d'*image sensorielle*, de *forme sensorielle*, d'*activité perceptive* qui, certes, ne doivent pas se confondre, comme mécanismes neuro-physiologiques, avec une vision formelle et matérielle de l'iconicité, mais conduisent à envisager des changements de qualité, de forme, d'expansion sensible, dans le mouvement des sensations aux perceptions.

En intégrant des phénomènes comme la visée sélective, l'attention ou la mémoire, les perspectives psychologiques et cognitives débordent le cadre physiologique de l'*image sensorielle,* pour ouvrir un espace plus directement figuratif de sensations et de représentations, en quelque sorte matérialisées en formes, mouvements, figures et images des sensations internes proprement dites. Par exemple, on aura la sensation, plaisante ou désagréable, que le goût prend naissance dans notre palais, qu'il procède par touches ou par attaque, gagne en volume, se prolonge ou s'efface, s'étire ou se contracte, avec d'incessants mouvements internes. Un théâtre interne s'anime, les sens prennent un rythme et une intensité, sans pouvoir retenir la naissance des images et leur expansion, comme un plan d'expression perceptif (Bordron, 2007) qui préfigure un plan d'expression visuel ou lui donne toutes les ressources expressives pour faire image. Pour être tout à fait clair, ce monde proprioceptif des sensations internes du goût s'organise déjà à un niveau figuratif (des formes « prennent » en nous, se déploient, se développent) qui donne un plan d'expression pour représenter le goût et visualiser, en quelque sorte, le trajet de la saveur.

Le site L'Or EspressO est sans doute l'espace figuratif le plus travaillé, sur internet, pour traduire visuellement la nature et la force de ces sensations premières qui éveillent le goût. De sensations discrètes en émotions gustatives, la temporalité de la naissance puis de la lente expression du goût, à défaut de saveurs mais au-delà des saveurs aussi, se manifeste à travers des nuances de points, de formes, de couleurs, mais aussi de sons et de mouvements au ralenti, ponctués d'explosions.





www.experienceloresspresso.com

Ce sont d'abord des constellations de points et des ponctuations sonores pour figurer les premières impressions sensorielles. Puis des formes rhizomatiques en déploiement, en déplacement, à l'image du mouvement interne qui nous parcourt dans la lente et intense formation du goût, quand il s'exprime pleinement. Uns symphonie aromatique, en quelque sorte, associée à la formation d'images et de sons, avant de s'échapper dans l'air divin de Norma, Casta Diva.

La relation esthésique au café, par la force indicielle de l'image, permet de rester aussi proche des sensations proprement gustatives, discrètes et différenciées, en lien avec les propriétés organoleptiques que révèle l'analyse sensorielle de publics experts. Au-delà de la sensation interne, il est donc plus juste de parler d'*activité perceptive* qui se donne et donne à la communication, un premier espace figuratif matérialisé par les objets sensoriels

qui s'en détachent. Cette activité met en œuvre aussi bien la mémoire des objets et des situations, que la logique des sensations au cœur des logiques d'action, liées à la consommation, la dégustation. Cela renvoie à un espace polysensoriel et multimodal qui compose avec les mots et les mets, le temps, l'espace, le mouvement et tous nos sens.

Sans prise directe sur la saveur, nous ne sommes pas moins immergés dans une scène gustative et activité perceptive qui peuvent, au besoin, se refermer uniquement sur une forme alimentaire, comme concentré de propriétés sensibles : taille, forme, couleur, disposition, orientation, distance, lumière, contrastes. La perceptive visuelle prend place à l'intérieur d'une activité perceptive élargie, où chaque propriété du plan de l'expression, chaque élément du contenu, peut servir de signe d'appel, de trace figurative pour embrayer sur l'image de la saveur.

La saveur est déjà, en situation naturelle, un exercice de perception et de reconstruction des propriétés phénoménales de la relation à l'objet alimentaire. On peut faire l'hypothèse que cette expérience non seulement sensorielle mais phénoménale est réinvestie dans l'image, dès lors qu'elle peut en figurer certaines propriétés sensibles, d'ordre non plus somesthésiques (corporelles) mais esthésiques et synesthésiques (sensibles). A charge, pour l'image, d'en produire les indices, d'en garder la trace ou d'en figurer l'empreinte.

L'image esthésique de la saveur : vertus et limites de l'iconique

Quel pouvoir prêter à l'image, pour créer, en quelque sorte, cette continuité naturelle entre une sensation directe de saveur et la perception visuelle de la saveur ? Comment préserver ou cultiver cette sensation de saveur à travers l'image ? Avec quel gain de valeur : la co-existence naturelle entre l'image et la chose ? L'effet de cette co-existence pour produire non pas l'illusion ou l'hallucination mais au contraire un effet de nature, précisément, et de continuité naturelle des sensations directes ou reproduites ? La saveur, comme objet de valeur central dans la médiation iconique, donnerait-elle à l'image un gain d'authenticité, d'ancrage fidèle au goût d'origine, à la sensation réelle de base, dont elle serait l'indice, l'empreinte ? Et faut-il penser que certaines formes ou figures, déployées à travers le numérique, se prêtent mieux que d'autres à la construction figurative de la saveur ?

Considérée comme empreinte ou trace de la saveur, l'image interroge notre rapport à ce qui fonde le goût, non seulement dans son existence, mais dans son essence, comme si la saveur pouvait en figurer le coeur (dimension ontologique). Attendons-nous de l'image, dans son rapport à la saveur, qu'elle nous livre l'aliment ou la sensation gustative, dans ce qu'ils ont de plus vrai, de plus naturel , comme pour attester au mieux du rapport direct à la source ? (dimension épistémique). A moins de penser que la force des images, leur saveur, si la métaphore est permise, tient plutôt dans la séduction des figures et leur pouvoir analogique pour relier une sensation et une forme (dimension rhétorique). Autant de pistes, autant de risques, à conjoindre trop vite la saveur et sa mise en image, une sensation interne, privée et l'espace du signe, du message ? L'image au risque de l'empreinte sensible, le sens au risque de la sensation, c'est tout cela qui doit animer la question de l'image dans sa prétention à produire ou garder trace de la saveur.

Avant l'image sensorielle ou sensible, se pose la question de l'expérience sensible elle-même. Suivons déjà Merleau-Ponty : « Toute perception a lieu dans une atmosphère de généralité et se donne à nous comme anonyme. [...] je devrais dire qu'on perçoit en moi et non pas que je perçois. Toute sensation comporte un germe de rêve ou de dépersonnalisation ». Mais, comme le note Bordron (2007), cela ne signifie pas pour autant que le sujet devient soluble dans la sensation. Entre sujet et objet, il s'agit plutôt d'une forme de « communion », de « coexistence » dans l'expérience sensible. Le sujet « sympathise » avec l'objet. Cette expérience est d'autant plus vive, dans notre cas, lorsque nous passons de l'image référentielle de l'objet alimentaire, à l'image de la saveur comme recherche d'intimité avec le goût, avec la sensation « propre », au sens de singulière et proprioceptive. Cette visée ontologique peut nous guider. Attention, cependant de ne pas confondre l'objet et la chose. Si l'image garde l'empreinte de la saveur, elle ne reste pas moins un construit discursif et non un être en présence, une nature en action.

S'il faut nous situer sur le plan de l'expérience visuelle, l'image indicielle de la saveur nous déplace de l'optique vers l'haptique et le phatique, du voir vers l'impression du toucher, du contact. Elle relève de l'indice, certes, moins en termes peirciens que dans l'ordre sémiogénétique qui place les indices comme premiers, avant les icônes et les symboles : « Les indices, ou les traces sensibles d'un phénomène, se situent du côté des « représentations de choses » freudiennes... La continuité et la contiguïté naturelles des indices les placent à la naissance du processus signifiant ; dans l'acculturation d'un individu ce sont eux qui viennent d'abord, sur le mode de la communauté et du contact ». Et Bougnoux de poursuivre : « La coupure sémiotique – la différence du signe et de la chose, de la carte et du territoire – n'y est pas évidente, ou pas encore stabilisée... Cela qui cadre, précède ou modalise nos communications verbales ne se laisse pas lui-même dire : *l'indice est indicible* » (Bougnoux, 1991 : 268). L'image indicielle de la saveur, ce sont aussi, dans les termes du groupe μ, des formes davantage plastiques et figurales, qu'iconiques et figuratives. Un plan de l'expression qui s'offre précisément à la description et l'interprétation.

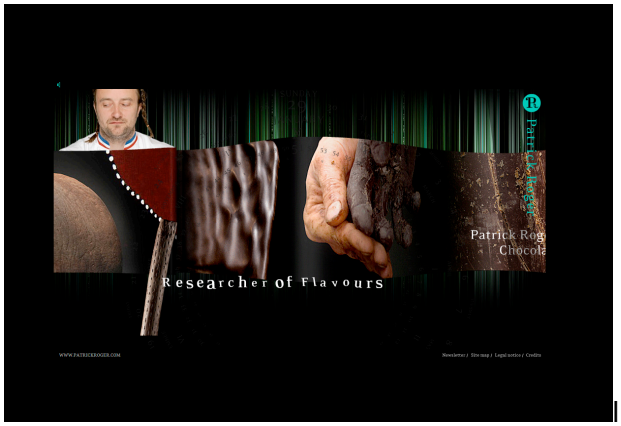
A concevoir cette contiguïté naturelle entre les signes, le risque est aussi de faire assumer à l'image indicielle de la saveur, la valeur testimoniale ou épistémique de l'image. Or, comme le rappelle Dondero, « dans le passage du photonique au photographique, on passe de la pertinence du pur faire projectif, c'est-à-dire de l'image comme trace, à la pertinence de l'image en tant que textualité (Floch 1986) et en tant que résultat de pratiques interprétatives. Cette distinction ne concerne pas des classes d'images différentes, mais des niveaux de pertinence » (Dondero, 2009). Il nous faut donc garder à l'esprit le statut sémiotique de l'image, avec ses normes et ses formes communicationnelles, son espace d'énonciation propre, tout particulièrement lorsque l'empreinte figurative de la saveur, sur les écrans numériques, joue du double rapport optique et haptique avec sa source réelle, naturelle ou matérialisée dans l'objet d'origine. D'autant que, dans le monde naturel, la saveur est déjà prise dans le jeu synesthésique de propriétés sensibles multiples, qui permettent notamment de goûter des yeux ou de toucher du regard des sensations gustatives.

Synesthésie, hyperesthésie…anesthésie

Maintenant que nous avons saisi le pouvoir figuratif du goût comme sensation, et les propriétés esthésiques de l'image qui s'appuie sur ce plan d'expression, nous comprenons mieux le potentiel expressif offert aux images numériques pour établir un rapport indiciel entre la sensation de goût et l'image de la saveur.

Mais regardons de plus près le système de base des manipulations énonciatives pour figurer la saveur, pour donner un plan d'expression à l'image du goût, autour des propriétés figurales et figuratives de l'esthésie qui déploie le théâtre de la sensation gustative.

1) *la valorisation esthésique* pointe, dans l'image, sa capacité à solliciter les sens, les sensations, au plus près de la sensation d'origine dont l'image ne peut être qu'empreinte. L'image numérique ne manque pas de ressources, au plan expressif, pour mettre en scène, en action, en vibration, ce monde esthésique de la saveur.



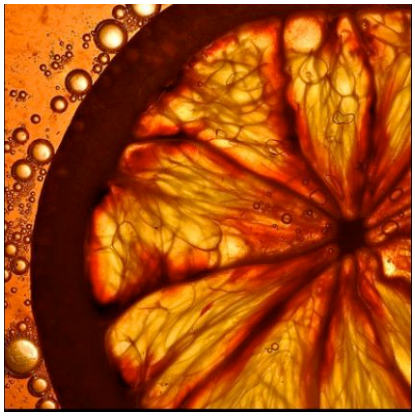
Il surgit de la lumière, des contrastes, des couleurs, des formes, des positions et des orientations, c'est-à-dire d'un jeu de composition qui ne se contente par de reproduire l'image d'un objet mais manifeste, avant tout, notre relation sensible à l'objet. Moins la forme que la métaphore, s'il faut parler rhétorique, et les métamorphoses, s'il faut parler esthésique. Car le sens et les sensations naissent de la forme, certes, mais à l'intérieur d'un procès, d'un parcours, du regard, des sens, de l'imaginaire, sollicités à la base par le plan d'expression de la saveur. Sous cette dimension esthésique, l'image de la saveur est tout autant forme, spatiale, que tracé, dont on peut suivre le mouvement spatio-temporel : suivre, ici, les courbes du chocolat, le parcours de la lumière, les reliefs accidentés de la surface, etc.

2) *la valorisation synesthésique* procède par analogies et correspondances entre les sens. Il faudrait appréhender ce processus synesthésique par relation avec la synergie et le syncrétisme à l'œuvre dans le figuratif (Parret, 2006). L'image, comme le texte, peut fonctionner, en effet, par *synergie*, par cohésion de plusieurs éléments, voire de plusieurs systèmes. L'image de la saveur, par extraction, sélection, exposition de propriétés sensibles, figuratives, du goût et de l'objet alimentaire, ouvre l'espace à de multiples opérations. Par synergie l'image se fait texte, tableau, scène, moment, action. Cette

synergie se double du *syncrétisme* déjà entrevu entre sujet et objet, dans la sensation, l'activité perceptive, sous forme d'empathie, de communion ou de co-existence, non seulement entre sujet et objet, mais aussi entre chose et image. La présence d'empreintes en lien avec la saveur trouble la séparation des genres et profite à l'indistinction, au glissement d'un ordre à un autre, comme si le regard perdait sa distance avec l'objet, comme si sapience s'effaçait sous l'attrait du sapide.

Synergie et syncrétisme tout particulièrement actifs dans le périmètre du goût, de la saveur, où le théâtre des expériences individuelles et collectives cultive en permanence l'apprentissage, l'éducation, la recherche et le déploiement des émotions gustatives. La synesthésie enrichit la palette sensible du figuratif avec des correspondances sensorielles et, au-delà, des opérations polysensorielles par mutations des sensations premières, par permutations, voire transmutations : on entend vibrer les plages colorées, on sent le chaud et le froid de la matière, on mange ce chocolat des yeux, mais l'aliment se fait matière, la matière se confond avec d'autres formes et textures, dans le jeu du continu et du discontinu servi ici par l'isomorphisme, le mimétisme des formes, la contiguïté des objets et des couleurs, des valeurs chromatiques.

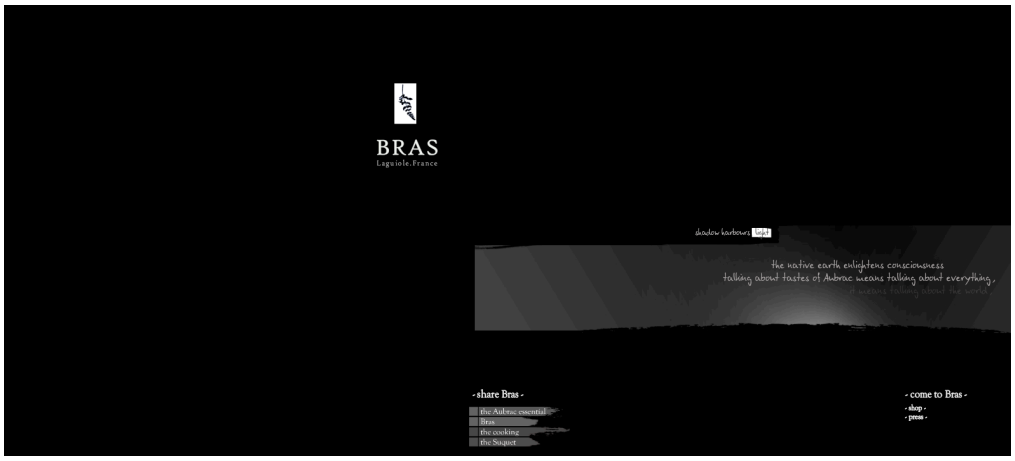
3) la *valorisation hyperesthésique* : dans son image et sa fonction indicielle, la trace figurative de la saveur vient nous toucher, avons-nous dit, par le jeu combiné de l'optique, du phatique et de l'haptique. Ce phénomène correspond très précisément à ce que Floch met en avant dans la communication *substantielle*, avec ce qui relève d'un travail de « recentrage » sur le produit, dans sa « nature profonde » (Feldman), avec sa valeur en propre. Valorisation hyperesthésique, car cela procède de l'hyperbole, de l'emphatique, au-delà du phatique (Boutaud, 2005), dans la proximité avec le produit, pour ne pas dire l'immersion dans la matière : « On a l'impression que le produit avance vers soi, jusqu'à pouvoir le toucher. De fait, l'image substantielle privilégie les valeurs tactiles. Gros plans, netteté absolue des traits et des formes, rapport souvent frontal ». Et, avec des accents plus phénoménologiques encore : « Cette manifestation concrète est d'autant plus forte et « saisissante » que le sujet n'a pas encore réussi à projeter sur elle une grille de lecture du monde qui l'organise et la maintienne à bonne distance » (Floch, 1990 : 208).



A voir ces hyperboles visuelles, on comprend mieux cette propension des images gourmandes à jouer sur les échelles proximales, à saturer le cadre, amplifier la prise, avec des effets de granularité qui forment, transforment et anamorphosent, l'image « saisissante » de la saveur.

4) la *valorisation anesthésique* : si l'espace figuratif est saturé de signes, il risque la contagion, la contamination, d'une figure à l'autre, alors l'image peut s'employer à ne travailler que la dimension spécifique de la saveur. L'image naît de la forme sensible de l'objet, mais aussi, comme nous l'avons noté d'entrée, du travail réflexif et de l'activité proprioceptive qui font également « remonter » des images, à partir du contact indirect, mais indiciel avec la saveur. Ce travail réflexif en appelle à l'attention, la concentration, des phénomènes possibles à traduire figurativement par l'ellipse, le dépouillement. Le fond à tendance à s'effacer, à s'anesthésier, pour laisser se détacher l'expression dominante de la sensation gustative. Ce que Floch attribuait à la valorisation substantielle, nous le reportons à ce pouvoir de l'image d'*anesthésier* certaines dimensions, pour en révéler d'autres : « vécu comme un « effacement » par rapport au produit et à sa réalité intrinsèque, l'acte créatif peut ici prendre la figure de l'épure… Viser le « degré zéro de l'écriture » pour reprendre l'expression –et l'utopie sémiologique » de R. Barthes. D'où, certainement, ces effets de sens de dépouillement classique ou de néo-académisme » (Floch, 1990 : 206). Cet effacement de l'objet est pratiquement toujours redoublé par l'effacement du sujet. L'ontologie de la présence, de l'essence, doit s'inscrire tout entière dans l'objet, sa substance, sa forme, sans qu'un sujet ne vienne altérer cette relation proximale et exclusive qui privilégie la sensation gustative, en propre, pour soi, et non par procuration ou médiation d'un tiers. La notion d'anesthésie, par effacement de l'objet ou du sujet, n'a donc rien d'étonnant comme mode d'énonciation privilégié. On pourrait même y associer « l'éloge de la fadeur » (Jullien, 1991) qui neutralise le signe gustatif, son arrogance ou son emphase, pour en exprimer davantage la manifestation dans l'effacement et la discrétion : « Plutôt que d'être une notion, la fadeur symbolise une certaine balance, un moment intermédiaire, un stade transitoire et toujours menacé. Transitoire entre ces deux pôles : celui d'une manifestation trop tangible, stérilisante et bornée, et celui d'une trop grande évanescence, quand tout s'efface et se fait oublier. Pris entre le danger de trop signaler et celui de ne plus exister du tout comme signe, le signe

fade est *à peine* un signe : non pas une totale absence de signe, mais un signe qui est en train de se vider de lui-même, commence à s'absenter. Indices d'harmonie invisible, traces disséminées » (Jullien, 1991). Sur le plan figuratif cela se traduit par l'effet glacé, épuré, aseptisé même, des images alimentaires qui, de catalogue en livre d'art culinaire, explorent les ressources du dépouillement, dans la forme, les traces énonciatives, pour laisser place à l'émotion gustative dans ce qu'elle a de plus essentiel, substantiel et pur.



Mais on voit ici, à travers la page d'accueil de Michel Bras, que ce travail d'anesthésie peut prendre la forme d'une grande tache, sinon plage noire, parcourue horizontalement de bandes monochromes, et marquée de quelques ponctuations graphiques et lumineuses. Image d'un goût naissant, évanescent, monde auroral de la saveur qui émerge du monde naturel, à la fois vide et trop plein, d'où la sensation gustative va pouvoir se détacher et atteindre tous les niveaux de transcendance que l'on peut imaginer.

A suivre ces différentes stratégies discursives, figurales et figuratives, on voit que la saisie esthésique se détache comme le phénomène majeur, pour exprimer, en image, la sensation gustative. Cela passe par des voies multiples, voire contradictoires, plus sûrement complémentaires et interdépendantes. De l'hyperesthésie à l'anesthésie, de l'emphase du signe gustatif à son effacement, sa neutralisation, pour mieux exprimer ou restituer la sensation en propre. Jeu permanent entre le sujet et l'objet, pour accommoder, comme l'on dit, le regard à la chose, trouver la bonne distance, de la vision réflexive à l'immersion, l'absorption. Effet de prise et de saisie qui reste néanmoins dans l'ordre de l'indice, de la figure, du figural, sans nous entraîner nécessairement dans les méandres de l'ontologie ou de la croyance épistémique, attachée à une image que l'on voudrait plus vraie que nature. Dans l'espace de la communication et de la sémiotisation du sensible, nous avons vu combien l'image de la saveur est redevable à des opérations énonciatives, à la construction d'un plan de l'expression, qui ne s'aligne pas, pour autant, sur les propriétés verbales du goût, mais manifeste bien le caractère indiciel, figural, phénoménal, qui s'exerce à plein dans l'espace figuratif de la saveur. L'image de la saveur déjoue l'indicible, fait sens au profit de la sensation, mais ne garde pas moins, dans son empreinte figurale, idéalement manipulée et manipulable dans les images numériques, quelque chose d'irréductible au signe. Voilà pourquoi on se laisse *prendre* par les images, tout particulièrement quand elles s'originent dans nos sens, avec leur pouvoir figuratif. A cet égard, le goût, profitant à plein des ressources numériques pour déployer son image

esthésique et synesthésique, n'en finira jamais, par la force des images et du figuratif, de donner saveur à sa *madeleine*.

Bibliographie

BORDRON, Jean-François. *Le statut sémiotique du monde naturel et la question de l'objet*. [en ligne]. Nouveaux Actes Sémiotiques. Recherches sémiotiques. Disponible sur : <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=1838> (2007, dernière consultation 06/2010).

BOUGNOUX, Daniel. *L'efficacité iconique*. Destins de l'image, Nouvelle Revue de Psychanalyse, 1991, n°44, Paris, Gallimard, p. 267-280

BOUTAUD, Jean-Jacques, MADELON, Valérie. *La médiatisation du culinaire.* Communication & Langages, 2010

BOUTAUD, Jean-Jacques, Le sens gourmand, Paris : Jean-Paul Rocher éditeur, 2005, 200 p.

DARRAS, Bernard, dir., *Icône-Image*, MEI, n°6, Paris, L'Harmattan, 1997

DIDI-HUBERMAN, Devant l'image, Paris : Minuit, 1990, 352 p.

DONDERO, Maria-Giulia. Le sacré dans l'image photographique. Etudes sémiotiques. Paris : Hermès Lavoisier, « Forme et sens », 2009, 234 p.

ECO, Umberto, La Structure absente. Paris : Mercure de France, 1972, 447 p.

FIERS, William, *Polysensorialité et systèmes sensori-moteurs*, NAS n°86-87, PULIM, 2003

FLOCH, Jean-Marie. Les formes de l'empreinte. Périgueux, Eds. Fanlac, 1986, 139 p.

FLOCH, Jean-Marie, Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies. Paris : PUF, « Formes sémiotiques », 1990, p. 183-226.

FONTANILLE, Jacques, Soma et Séma. Figures du corps, Paris : Maisonneuve et Larose, 2004.

GINZBURG, Carlo. Traces, racines d'un paradigme indiciaire. In : Mythes, emblèmes, traces. Paris : Flammarion, Nouvelle bibliothèque scientifique, 1989, p. 139-180.

GREIMAS, Algirdas Julien, *De l'imperfection*, Périgueux : Fanlac, 1987.

GREIMAS, Algirdas Julien, COURTES, Joseph. Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Paris : Hachette Université, 1979, 422 p.

HOLLEY, André. Le cerveau gourmand. Paris : Odile Jacob, 2006, 254 p.

JULLIEN, François, Eloge de la fadeur, Paris : editions Philippe Picquier, 1991, 144 p.

KERSYTÉ, Nijolé. *La sémiotique d'A. J. Greimas entre logocentrisme et pensée*

phénoménologique. Nouveaux Actes Sémiotiques [en ligne]. NAS, 2009, N° 112.Disponible sur : <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=2849> (dernière consultation 06/2010)

LYOTARD, Jean-François, Discours, Figure, Paris : Klincksiek, 1971, 427 p.

MERLEAU-PONTY, Maurice. Phénoménologie de la perception. Paris : Gallimard, 1945, 531 p.

METZ, Christian, Le signifiant imaginaire, Paris : UGE 10/18, 1977

MOUTAT, Audrey, Perception et communication des sensations. Analyse sémantique des commentaires de dégustation dans la presse œnologique, Thèse de doctorat, Limoges, 2009, 470 p.

OUELLET, Pierre. Poétique du regard. Littérature, perception, identité. Sillery-Limoges, Septentrion-PULIM, 2000, 412 p.

PARRET, Herman. Métamorphoses de la forme : le difforme, l'anti-forme, l'informe. In : PAROUTY-DAVID, Françoise, ZILBERBERG, Claude, Sémiotique et esthétique, Limoges, Pulim, 2003, p.451-467.

PARRET. Herman. Sutures sémiotiques. Limoges, Lambert-Lucas, 2006, 150 p.

RASTIER, François, Arts et sciences du texte, Paris : P.U.F., 2001.

RICOEUR, Paul. Temps et Récit. Tome III, Le temps raconté. Paris : Eds. du Seuil, 1985, 374 p.

SCHAEFFER, Jean -Marie, L'image précaire. Du dispositif photographique, Paris : Seuil, 1987.