



**HAL**  
open science

# L'esthétique et l'épiphanique: Traces figuratives de la saveur

Jean-Jacques Boutaud

► **To cite this version:**

Jean-Jacques Boutaud. L'esthétique et l'épiphanique: Traces figuratives de la saveur. *Semiotica*, 2016, 2016 (211), pp.203-229. 10.1515/sem-2016-0109 . halshs-03125857

**HAL Id: halshs-03125857**

**<https://shs.hal.science/halshs-03125857v1>**

Submitted on 29 Jan 2021

**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.

# Author Query Form

---

## L'esthétique et l'épiphanique: Traces figuratives de la saveur

**Article: SEM-2016-0109**

<b>Query No</b>	<b>Page No</b>	<b>Query</b>
Q1	1	Please check abstract and keywords are ok.
Q2	3	Please check if the inserted short title is OK as typeset.
Q3	4	Please provide better quality figure for figure 1, 2, 9.

Jean-Jacques Boutaud\*

1

# L'esthétique et l'épiphanique: Traces figuratives de la saveur

5

DOI 10.1515/sem-2016-0109

Q1 **Résumé:** *Le discours gastronomique prend une place toujours plus grande dans la société et se repose plus que jamais sur l'image pour communiquer sur la cuisine, le goût, l'émotion gastronomique. Au cœur de ce discours, la saveur et les sensations gustatives. Les sciences expérimentales ne définissent pas autrement le goût, mais les sciences humaines n'hésitent pas à donner une définition extensive du goût, dans toute son amplitude figurative. Pour autant, la saveur constitue le point d'origine et l'essence du goût et, à travers tous les possibles de communication, l'image se heurte à une problématique foncière: comment figurer la saveur? Nous faisons l'hypothèse qu'il faut d'abord penser le cadre figuratif en termes de figures, du figural à la figurativité, en passant par les figures rhétoriques. Puis situer cet espace figuratif dans la perspective d'une sémiotique esthétique, selon quatre modes de valorisation qui font système: les valorisations synesthésique (primat figuratif: la composition culinaire), esthétique (primat figuratif: une modalité sensorielle), hyperesthésique (primat figuratif: la matière) et anesthésique (primat figuratif: l'univers et l'esprit des lieux). Le figuratif de la saveur exige donc une réduction considérable par rapport au figuratif du goût, mais il ne conjugue pas moins la trinité du sensible, entre esthésie, esthétique et éthique.*

**Mots-clés:** *goût, saveur, esthésie, figuratif, communication gustative*

25

## 1. Préambule

Depuis bien longtemps nos recherches sémiotiques sur le goût (1997, 1998, 2005) explorent le potentiel figuratif de sa communication, entre saveur et valeur, esthésie et éthique de l'acte alimentaire ou de la scène alimentaire qui donnent forme au goût. Là où les sciences expérimentales conçoivent le goût dans sa dimension sensorielle et neuro-physiologique, les sciences humaines se donnent la liberté et le luxe d'en appréhender tous les registres et niveaux figuratifs, des manifestations sensorielles qui se détachent à l'*ethos* cultivé, en conscience ou à son corps défendant, par le mangeur.

---

\*Corresponding author: Jean-Jacques Boutaud, Université de Bourgogne,  
E-mail: jean-jacques.boutaud@u-bourgogne.fr

40

Ne pas saisir ce déploiement figuratif du goût, dans toutes ses dimensions 1  
 rapportées aux sensations, objets, dispositifs, situations, moments et cadres  
 culturels, cela reviendrait à placer le goût sous la stricte obéissance des ana-  
 lyses sensorielles, rabattues sur un langage d'évaluation et de descripteurs, là  
 où s'érige en signes et valeurs tout ce qui peut faire sens dans le goût en 5  
 situation sociale. Bien sûr, le trait est forcé, la dichotomie n'est pas aussi  
 radicale, tant il faut capitaliser sur les relations interdisciplinaires pour entrer  
 dans la complexité du goût, cette passion ordinaire et universelle au cœur de  
 nos constructions identitaires.

Il est facile de comprendre comment un aliment est la base référentielle d'un 10  
 goût, comment un geste, une temporalité ou un espace, entrent dans la percep-  
 tion et la construction d'un goût (Boutaud et Bertin 2012). Il suffit de voir  
 comment les chefs font entrer toutes ces dimensions figuratives dans leur com-  
 munication, pour expliquer toute la poésie de leur approche culinaire, "l'âme"  
 de leurs recettes ou de leurs plats, l'essence même de leur signature gastron- 15  
 omique. Suivons par exemple le discours d'un Gagnaire sur la page d'accueil de  
 son site internet:

Après l'époque où je réglais les plats de la carte sur un produit, j'aime maintenant 20  
 développer des thèmes, une ambiance, une sensation. Le rouge, le noir, Palamos, hom-  
 mage à la cuisine chinoise, un plat inspiré de Buren, du douanier Rousseau. Je ressens de  
 plus en plus une relation affective, presque émouvante avec la clientèle. Combien il est  
 important de donner encore quelques moments d'émotions à des gens qui pratiquent votre  
 table depuis tant d'années. Mon souci constant est de garder intacte cette envie de toucher,  
 de transformer la matière. ([http://www.pierre-gagnaire.com/#/balzac/Maison\\_Gagnaire](http://www.pierre-gagnaire.com/#/balzac/Maison_Gagnaire)) 25

Comment imaginer meilleure entrée en matière? Non pas une vision fragmentée de  
 l'espace figuratif qui compose le monde gustatif de Pierre Gagnaire, mais un  
 ensemble de touches esthésiques ("une sensation... envie de toucher"),  
 esthétiques ("le rouge, le noir... transformer la matière"), non sans connotations  
 alchimiques, thymiques ("ambiances, moments d'émotions"). Certains esprits cha- 30  
 grins penseront alors qu'il n'est peut-être plus question de goût, mais de style ou  
 de signature gastronomique, avec pour présupposition que le goût se limite aux  
 saveurs, aux sensations de base, que l'on peine pourtant à contenir dans la  
 grammaire du sucré, salé, acide et amer. Position évidemment non tenable si  
 l'on considère l'espace sémiotique mobilisé par le goût dans sa fabrique sociale 35  
 et culturelle, à tous les degrés d'investissement où le sujet pense sa relation vivante  
 et permanente au goût. Et pas besoin d'engager toutes les boucles métonymiques,  
 du goût alimentaire au goût culturel, voire cultivé. La sensation gustative porte  
 déjà en elle la force de condensation figurative que Pierre Gagnaire, à titre d'ex-  
 emple, prend soin de recomposer trait par trait, nuance par nuance. 40

La question se pose toutefois avec une acuité particulière quand on passe de 1  
la sensation directe à la sensation figurée, reproduite. A l'origine de toute  
recherche sur la communication visuelle du goût, une évidence se détache: le  
défaut de la sensation (gustative) au profit du signe; le manque irrémédiable de  
la saveur, esthétique, au profit de la valeur, déjà esthétique, du plat. Peut-on 5  
déjà reconnaître à l'image ce pouvoir de garder, en quelque manière, le contact  
avec une sensation d'origine connue ou conçue? Oui, si l'on s'accorde déjà avec  
Brillat-Savarin (1982 [1825]), sur la distinction entre sensation directe et sensa-  
tion réfléchie. Cette dernière peut se traduire aujourd'hui en termes cognitifs,  
par référence à des schèmes et un niveau d'iconicité qui engage, précisément, 10  
tout ce qui participe de la construction figurative du goût. Effacez la couleur  
d'un vin, avec un verre opaque, et sa reconnaissance minimale (blanc ou rouge)  
se trouble. Retirez toute la ritualité sociale autour de sa dégustation à table et  
son goût se perd, s'altère. Sortez le vin de sa rhétorique ambiante et même  
mondaine, entretenue par les médias et les prescripteurs en tous genres, que 15  
reste-t-il de son goût? Et du vin aux sensations gustatives recherchées à travers  
tous les plats, toutes les propositions culinaires, on imagine combien le tableau  
s'enrichit.

N'éludons pas, pour autant, cette problématique centrale pour toute com-  
munication du goût qui aurait cette prétention: figurer la saveur. Non pas la 20  
décrire, en termes experts, amateurs éclairés ou poétiques, mais la figurer  
visuellement, à travers l'image, si l'on ose encore ce terme générique, après  
tous les débats à la moulinette sur le plastique, l'iconique, le visuel, le visible.  
Même à considérer le figuratif du goût dans sa globalité, revient comme une  
question obsédante pour la communication: peut-on figurer la saveur, la sensa- 25  
tion gustative, s'il est vrai qu'elle constitue le seuil à partir duquel tout l'espace  
figuratif du goût peut se déployer? 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 30  
sémiotique" (Parret, 2006) avec son objet.

Cela demande déjà de replacer, cette sensation gustative dans cet espace de  
communication élargi, à partir des travaux déjà menés sur la question. Puis de  
saisir en quels termes il est possible d'appréhender cette dimension figurative de  
la saveur, sous les traits dominants d'une sémiotique esthétique et sensible. 35  
Enfin d'étudier de plus près les stratégies discursives formant un système entre  
les logiques valorisées pour figurer la saveur, tout particulièrement à travers les  
images sobres et soignées des plats que les chefs mettent en valeur et  
idéalement en saveurs, sur leur site internet.

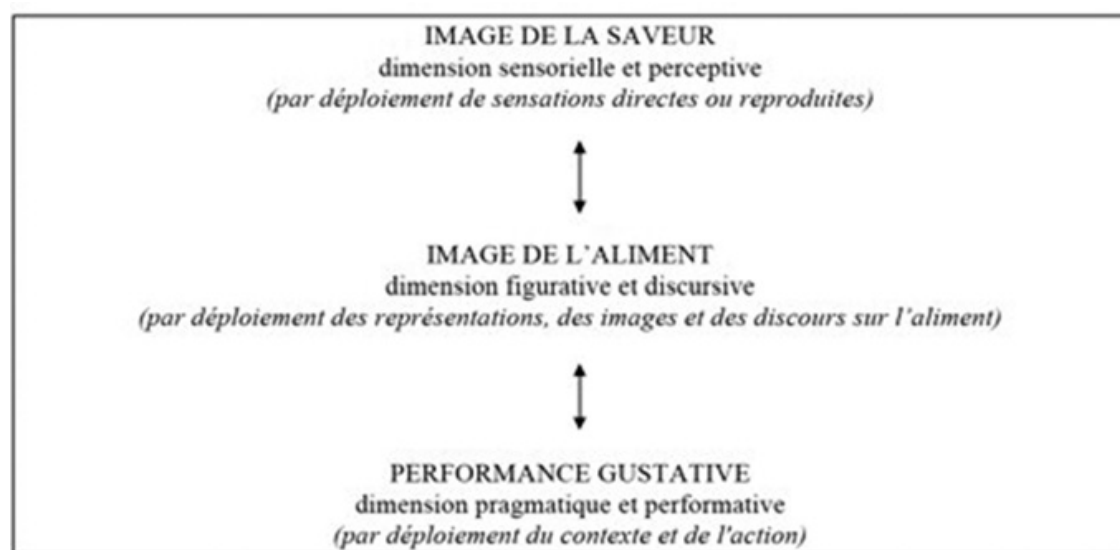
## 2. La saveur: Expression du goût en propre?

1

Dans *Le sens gourmand* (2005), nous avons esquissé les grands traits figuratifs de “l’image gustative,” autour de trois grandes dimensions: l’image de la saveur, ou dimension sensorielle et perceptive, par déploiement de sensations directes ou reproduites; l’image de l’aliment, ou dimension figurative et discursive, par déploiement des représentations et des discours sur l’aliment; l’image de la scène alimentaire, ou dimension pragmatique et performative, par déploiement de l’action et du contexte de “réception” de l’objet alimentaire, si l’on peut s’exprimer ainsi.

5

10



15

20

Q3 **Figure 1:** Niveaux d’expression de l’image gustative.

25

Dans cette première tentative de modélisation de l’espace figuratif du goût, l’image sensorielle à la fois attachée et détachée de la saveur en occupe bien le seuil, dans une perspective *bottom-up*. Mais les flèches à double sens font aussi réaliser que l’effet de cadre lié au contexte social de dégustation ou consommation, n’agit pas moins sur les perceptions sensorielles, en gouverne l’expression et l’orientation. Néanmoins, en termes d’iconicité, ces perceptions représentent l’espace figuratif le plus centré et concentré sur l’aliment lui-même, indépendamment des effets de cadre et de contexte. Cela explique l’intérêt des chefs à bien respecter ce palier figuratif, avant de donner à voir toutes les dimensions qui participent de la préfiguration, de la configuration, et de la mise en scène du goût.

30

35

Nous avons également montré (1998, 2005) que l’aliment lui-même est le lieu de condensation de différents paliers figuratifs, là encore à partir d’un seuil sensoriel qui ne renvoie plus directement au théâtre des sensations internes chez le sujet, avec le degré d’autonomie figurative favorisé par la coopération de tous les sens, mais

40

d'abord à l'aliment, dans ses propriétés substantielles de matière, forme, couleur, 1  
taille, consistance, etc., ce que reconnaissons évidemment comme un plan d'expres-  
sion pour matérialiser les saveurs.

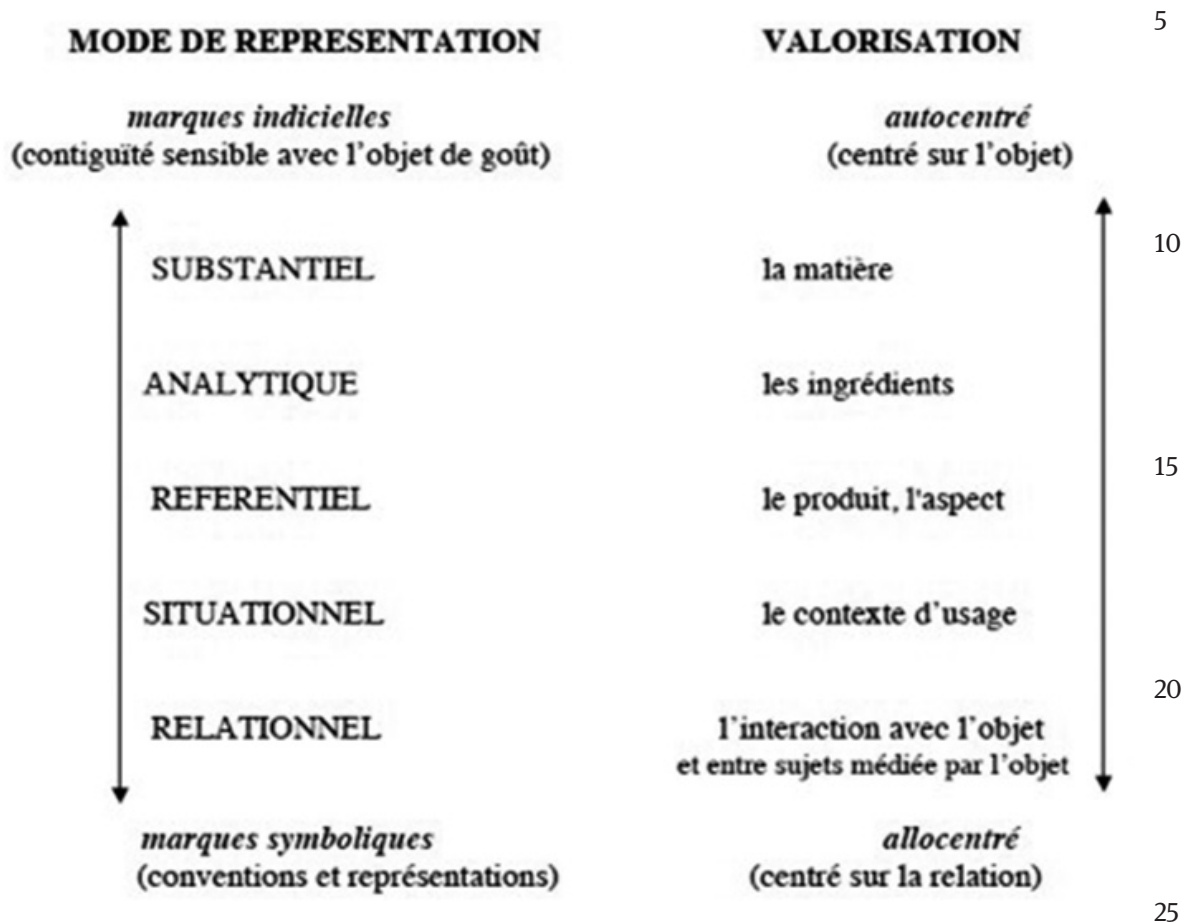


Figure 2: Niveaux figuratifs de l'expression gustative.

Sans même entrer dans le détail de ces niveaux figuratifs entrevus dès nos premiers travaux sur la sémiotique du goût (Boutaud 1998, 1999), il convient de retenir, là encore, la place liminaire reconnue à la valorisation substantielle 30  
de l'aliment dès qu'il s'agit de maintenir le contact indiciel avec la matière, ses propriétés sensorielles, son pouvoir d'autonomie figurative aussi, que l'image ne manquera pas de reprendre à son compte en exploitant le degré d'iconicité de toute perception gustative.

Le vin, qui vit dans la complicité et les accords avec les aliments, nous a 35  
familiarisés avec l'image d'un "corps actant autonome et identifiable" (Fontanille, 2005), avec des matières, des effets d'enveloppe, des forces que le discours s'évertue à décrire. Il offre à l'amateur, en quête de sensations personnelles, réfléchies, le modèle d'une tension entre l'identité stable d'un goût que l'on recherche, que l'on reconnaît, et les transformations, les conversions qu'opère le goût au moment de la 40



dégustation, dans ce que l'on peut définir comme le devenir de la saveur. Au-delà 1  
des sensations, les “images” prennent forme avec le prédicat gustatif, ce  
“motif syntagmatique de la syntaxe figurative” (Fontanille, 2005), composé au  
moins d'une action (par exemple, garder un peu en bouche le vin pour en retenir  
les arômes), d'un lieu (le palais, la langue, au moment de goûter), d'un moment 5  
aspectuel (l'ouverture, la persistance, la finale) et un acteur principal (la substance  
elle-même). Le déploiement de ces prédicats gustatifs peut atteindre, comme le note  
Fontanille (2005), l'évocation d'une origine, d'un paysage, d'une élaboration  
particulière. De pas en pas, la reconnaissance des saveurs libère l'image, et l'espace  
figuratif du goût a le pouvoir, progressivement, de débrayer des saveurs, de s'en 10  
émanciper pour aller chercher d'autres motifs (au sens iconique et motivationnel)  
dans la formation du goût. Mais ce rapport premier à la substance, à la matière,  
constitue un plan d'expression à partir duquel le déploiement figuratif va pouvoir  
s'opérer.

Dans son approche sémio-marketing de la marque alimentaire Benoît 15  
Heilbrunn (2006) ne procède pas autrement. Son modèle ternaire est assez  
proche des modélisations déjà entrevues ici mais à travers un ancrage plus  
assumé à l'égard de la consommation et de la communication des marques, ce  
qui n'est anodin avant d'aborder ici les stratégies des chefs pour figurer la  
saveur des plats auxquels ils apportent leur signature. Sont ainsi mobilisées, 20  
dans la perception directe de l'objet, à portée de main, ou par la médiation de  
l'image: les dimensions sensorielles qui renvoient essentiellement aux  
propriétés matérielles et substantielles du produit, à ses aspects tangibles et  
directement préhensibles au plan sensoriel (proportions, formes, couleurs,  
effets de matière, etc.); la dimension narrative ou *rhétorique* qui concerne la 25  
forme et la force argumentative, persuasive ou poétique du discours tenu par  
l'objet et sur l'objet, dans son apparition, sa présentation, “une fonction de  
sémantisation d'autant plus essentielle que la capacité discriminatoire des  
consommateurs est faible” (Heilbrunn 2006: 202). Dimension discursive  
assumée par la simple mention poétique d'un plat au menu ou l'arsenal 30  
rhétorique d'un livre d'art gastronomique qui saura mobiliser les ressources  
combinées d'un mot et d'une image, d'une image typographique et d'une  
figure rhétorique associée à la figuration picturale d'un aliment ; enfin, pour  
prolonger les potentialités de la perception synesthésique, une dimension  
pragmatique liée au faire ou à l'expérience, même inédite, du sujet dans sa 35  
relation à l'objet alimentaire, selon des usages et des pratiques gestuelles,  
corporelles, conatives orchestrées autour des rituels d'acquisition, de circula-  
tion des objets et de consommation: “la marque induit de nouvelles façons de  
penser les saveurs et les associations mais elle propose également des nou-  
velles gestuelles” (Heilbrunn 2006: 203).



D'un point de vue sensible et phénoménologique, la capacité à «éprouver» une 1  
émotion gustative, notamment à partir des saveurs, s'ouvre alors sur une double  
acception: non seulement “ressentir,” laisser aux sensations du corps propre, le  
temps d'émerger et de se développer, en syncrétisme avec le déploiement figuratif  
de l'activité perceptive (ou “diacrétisme” comme le suggère Fontanille, s'il est vrai 5  
que l'image se libère de la saveur et des sensations d'origine); mais “se mettre à  
l'épreuve” aussi, éprouver sa compétence, non pas idiosyncrasique, mais pratique,  
performative, à exercer son jugement perceptif et sensible, selon certaines  
modalités de faire. Pas seulement dans l'ordre des sensations, mais d'en l'ordre  
du sensible, avec tout ce qui contribue à servir l'activité perceptive, à l'enrichir, 10  
comme forme de plus en plus construite et signifiante dans le temps:

C'est seulement en apprenant à connaître de la sorte, *en acte*, “l'objet” avec lequel il  
entre en relation – en s'en laissant pénétrer par contagion – que le sujet parviendra, à  
l'usage, à en approfondir la valeur et à en déployer les potentialités de sens, et par suite, 15  
en arrivera le cas échéant, comme on dit, à “l'aimer,” ou plus généralement à y prendre  
goût. (Landowski, 2004: 156)

Là encore se révèle toute l'amplitude du figuratif, à travers l'image gustative. En  
élargissant le cadre, on peut réunir les principales variables qui entrent en jeu dans  
la discursivisation de l'expérience sensible de consommation: au-delà des compo- 20  
santes sensorielles et esthétiques de l'aliment (odeur, goût, température, formes,  
couleurs, texture, etc.), le moment (saison, journée), le lieu (dans sa dimension  
topologique et axiologique), la situation (à caractère public/privé, individuel/col-  
lectif), le dispositif actoriel, les dispositions affectives, etc.

Il faut garder en mémoire tout ce plan de projection alors même que nous 25  
allons travailler sur des images volontairement recadrées sur la seule dimension  
figurative de la composition ou de la création culinaire, pour servir la dimension  
figurative de la saveur, à la source du jugement perceptif et de l'émotion  
gustative. Pas de halo social ou contextuel, donc, juste l'objet en majesté, source  
de la saveur encapsulée dans l'image. 30

Comme nous l'avons montré dans *Sémiotique ouverte* (Boutaud et Veron  
2007), les sémioticiens se sont souvent mis à table, de Greimas (1979) avec “la  
soupe au pistou” à Floch (1995) revisitant l'identité visuelle de Michel Bras, des  
mythologies alimentaires de Barthes (1964) à la “sémiotique gourmande” de  
Landowski (1998). Les sémioticiens ont toujours trouvé dans les aliments et le 35  
goût, les bases d'un système de valeurs, des logiques de programmes et de  
transformation, à l'exemple de Bordron (2002), des modalités énonciatives à  
tous niveaux de sophistication, mais ils n'ont pas ou peu questionné la saveur à  
la base du jugement gustatif et surtout, la problématique de la saveur elle-même  
à l'intérieur de la problématique figurative du goût, telle que nous la concevons 40

dans son amplitude sémiotique. L'attention à la photographie culinaire, tout 1  
 particulièrement dans sa prétention à figurer et mieux encore révéler des  
 saveurs, reste une question certes pointée, nous le verrons (Fontanille, 2006),  
 mais encore peu travaillée alors qu'elle préoccupe au plus point les chefs dans  
 leur démarche de communication, entre création culinaire et pouvoir d'expres- 5  
 sion des images.

### 3. La figure, le figural et le figuratif de la saveur 10

Aux sources de la rhétorique publicitaire, sous l'angle sémiotique, ce n'est pas  
 un hasard si Barthes (1964) prend pour exemple une image alimentaire. On  
 touche là le cœur de l'expérience vitale, quotidienne: manger, remplir le filet à  
 provisions, poser les courses sur la table. L'ordinaire du repas que la publicité, 15  
 par emphase, s'emploie à cultiver comme une scène gastronomique, sinon  
 comme image de la séduction alimentaire. Mais, malgré ses connotations  
 vouées à célébrer l'italianité, sous les traits idéalisés d'une nature morte, l'image  
 publicitaire s'appuie sur la base référentielle des articles et produits, sans traces  
 d'un rapport sensible à des sensations gustatives, des saveurs. 20

Peu d'analyses sémiotiques ont pris en compte la trace iconique de la saveur, sa  
 conversion figurative pourtant essentielle dès lors qu'il s'agit d'appréhender un  
 aliment, une proposition culinaire, la séduction gastronomique, sans contact, ni  
 expérience directe avec les éléments. Et pour cause, questionner le goût à l'intérieur  
 de l'image ne pose pas vraiment problème si l'on exploite, dans toute son ampli- 25  
 tude, le plan de projection sémiotique redevable au figuratif du goût, de l'image  
 sensorielle à la scène gustative, de la dimension substantielle des aliments aux  
 pratiques sociales incorporées avec le goût, cultivant son image.

Mais la question devient tout autre lorsque ce plan de projection sémiotique se  
 rabat sur la seule saveur, les sensations et les perceptions sensorielles, non pour 30  
 s'aligner sur les sciences expérimentales qui ne voient pas comment on pourrait  
 sortir de ce registre proprement sensoriel et physiologique, mais pour précisément y  
 revenir et s'y tenir, à l'intérieur même de l'image, alors que la sensation trouve déjà  
 son autonomie figurative et s'ouvre à tous les niveaux figuratifs que nous avons déjà  
 pu considérer avec le déploiement des prédicats gustatifs. *De facto*, on place l'image 35  
 face à un double défi: restituer *in absentia*, sans contact direct avec l'objet, non la  
 saveur de l'aliment mais l'image de la saveur pour se fixer en propre sur le goût  
 comme modalité sensorielle; contenir aussi, à travers l'image de la saveur, le plus  
 souvent dans le dépouillement de la photographie culinaire, tout ce qui appartient  
 en propre à cette dimension sensorielle, rabattue sur l'aliment, la création culinaire, 40

sans donner place à tous les niveaux d'extension figurative qui s'émancipent de la 1  
saveur et déterritorialisent le goût de la sensation d'origine. Un espace d'emblée  
investi par les sciences humaines, "entre esthésie et sociabilité" (Landowski, 1998),  
pour reprendre la formule de Landowski à l'égard du goût. Mais qu'advient-il  
lorsqu'on replace le curseur sur l'esthésie, en demandant à l'image de se tenir au 5  
service de la sensation gustative, de la saveur comme manifestation première et  
essentielle du goût? Nous ferons l'hypothèse que cette valorisation de l'empreinte de  
la saveur, dans l'image, relève d'une sémiotique esthésique,<sup>1</sup> donnant priorité aux  
sensations dans l'émergence du sens, sans tomber pour autant dans le piège de  
l'ontologisation de l'image, par confusion avec l'expérience réelle et prétention 10  
naïve à donner valeur d'authenticité à l'image de la saveur pour figurer le goût,  
au détriment d'autres modalités expressives ou figuratives.

La direction de recherche est donnée d'emblée par ce déplacement du curseur  
sur l'esthésie, plutôt que l'esthétique et l'éthique qui complètent le système ternaire  
du sensible en général et du goût en particulier (Boutaud et Viron 2007). Nous en 15  
connaissons les bases, en termes de synesthésie (entre les sens), de syncrétisme  
(entre modalités sensorielles) et de synergie (force de coopération sensorielle), pour  
reprendre un autre ternaire éclairé par Herman Parret (2006). Avant de s'y arrêter,  
on pourrait même aller chercher dans les neurosciences les clés de certaines  
modalités figuratives pour la saveur, à partir des registres d'iconicité de la sensation 20  
elle-même. Dans sa description du cerveau gourmand, André Holley (2006) est ainsi  
bien vite amené à parler d'*image sensorielle*, de *forme sensorielle*, d'*activité percep-*  
*tive* qui, certes, ne doivent pas se confondre, comme mécanismes neuro-physiolo-  
giques, avec une vision formelle et matérielle de l'iconicité, mais conduisent à  
envisager des changements de qualité, de forme, d'expansion sensible, dans le 25  
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 phy-  
siologique de l'*image sensorielle*, pour ouvrir un espace plus directement figur-  
atif de sensations et de représentations, en quelque sorte matérialisées en 30  
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'inces-  
sants mouvements internes. Un théâtre interne s'anime, les sens prennent un 35  
rythme et une intensité, sans pouvoir retenir la naissance des images et leur

---

<sup>1</sup> Pour une sémiotique esthésique voir, notamment, les travaux de J. Fontanille (2004), P. Ouellet (2000), H. Parret (2006), Moutat (2015), Floch (1986).

expansion, comme un plan d'expression perceptif (Bordron 2007) qui préfigure 1  
un plan d'expression visuel ou lui donne toutes les ressources expressives pour  
faire image.

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 5  
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. 10

Cette activité perceptive complexe, avec l'espace sémiotique qu'elle ouvre  
en s'émancipant, par synesthésie et par expansion figurative, de la sensation  
première ou dominante, vaut aussi pour les objets sensoriels que nous abordons  
par la médiation des images. Sans prise directe sur la saveur, nous ne sommes  
pas moins immergés dans une scène gustative et activité perceptive qui peuvent, 15  
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 20  
l'image de la saveur.

A titre d'exemple, revenons à Pierre Hermé, dans la sphère du design  
culinaire — bien qu'il soit très dubitatif sur les possibilités offertes dans ce  
domaine<sup>2</sup> — avec l'image de *La cerise sur le gâteau*.

A bien y regarder, l'objet *impressionne* par sa taille, pas moins de 18 cm de haut 25  
et la forme d'un triangle, ici emphatisée par l'angle de prise de vue d'une tranche  
littéralement monumentale (dimension physique). La désignation de l'objet, élevée  
en titre de création: *La cerise sur le gâteau* de Pierre Hermé, joue sur la double  
isotopie, entre une cerise posée en propre, concrètement, sur la tranche verticalisée  
du gâteau, et, au figuré, avec l'image de la cerise comme signe de perfection, détail 30  
ultime au sommet d'une création unique, d'une architectonique épurée (dimension  
rhétorique); on aura remarqué les petites lignes de découpe, qui préfigurent la  
nécessité de coucher la tranche pour la partager, et de procéder à une découpe

---

2 "Le design culinaire n'existe pas. Et pour cause: il n'y a pas beaucoup d'exemples de design  
qui portent directement sur le goût. Sur les emballages, sur l'environnement, oui. Sur le goût,  
non" (Champion, 2010: 128). Scepticisme partagé par le photographe culinaire Thomas Duval:  
"Quant au goût en photographie, personnellement, je n'y crois pas: le goût d'un plat n'est  
jamais dans la photo, mais dans les références à notre enfance ou à des choses que l'on connaît,  
que l'on a déjà goûtées" (Champion, 2010: 134).



1

5

10

15

20

**Figure 3:** Pierre Hermé, La cerise sur le gâteau.

régulière selon des lignes de partage identifiées, identifiables (dimension pragmatique). La perception esthétique relève donc, prioritairement, du sensoriel, mais se soutient de toutes ces dimensions sensibles qui entrent dans le geste créatif d'une composition, déjà visuelle, susceptible de nous toucher et nous émouvoir ("une forme simple et spectaculaire, qui fasse rêver," Hermé). L'art de nous émouvoir convoque des phénomènes de nature complémentaire, bien décrits par Herman Parret (2006) dans ses analyses esthétiques, entre la synesthésie (transposition des sens), le syncrétisme (jonction de plusieurs modes de manifestation dans l'expérience réelle et suggérés, remémorés dans l'image) et la synergie (état de fusion qui trouve sa meilleure expression rhétorique dans l'*hypotypose*, lorsque l'image tient lieu de la chose, un processus vital dans notre cas de figure appliqué à la saveur).

A cet égard, l'image nous a tellement familiarisés avec son référentiel rhétorique que l'on peut donner crédit à certaines figures, en dehors de l'*hypotypose*, pour *figurer* précisément la trace iconisée d'arômes et de saveurs. Des potentialités figuratives mises en œuvre, sans surprise, par la métaphore et la métonymie, ces deux super-figures qui se conjuguent, faut-il le rappeler, avec la condensation et le déplacement, pour donner une forme de figurabilité aux



sensations gustatives. Mais, par rapport à ces conventions rhétoriques 1  
culturalisées, l'image se dote aujourd'hui d'une prétention plus forte, comme  
si l'enjeu différentiel et qualitatif était d'atteindre ou de toucher au plus près les  
sensations d'origine, de créer ou de restituer l'image du contact direct avec la  
saveur, la sensation gustative. Passer ainsi des tropes aux tropismes, ou plutôt y 5  
revenir, comme si l'image pouvait, en niant la coupure sémiotique, entretenir ce  
rapport naturel, naturalisé, de contact avec la saveur.

Prenons pour exemple cette image publicitaire des Bourgognes, censurée au  
nom de la loi Evin, sans espoir de garder des traces d'anthropomorphisme ou  
d'animisme, dans la représentation du vin. Peut-être le législateur a senti ou 10  
pressenti ce qui peut se jouer là, dans la figure. Reprenons rapidement l'instruction.



Figure 4: Campagne publicitaire BIVB, 2004.

15

20

25

30

35

40

Une image qui redouble la topique, entre étiquette synecdochique et robe 1  
 métaphorique, comme deux fragments ou empreintes d'une totalité, la bouteille,  
 le vin, les Bourgognes. A charge, pour l'image, d'exprimer la substance du vin, sa  
 densité, son caractère. L'arrêt sur image capte ici, et fige l'empreinte. Il fixe cette  
 impression fugitive du goût, et plus encore de la saveur, comme la relation intime 5  
 entre ce que l'on goûte et ce que l'on voit, ce syncrétisme permanent des modalités  
 perceptives. Des lignes se forment, des formes se dessinent. La masse colorée se  
 gonfle et se troue, par endroits, dans une infinité de veines et de plis, nés de ce  
 mouvement. Sur un fond neutre, à la géométrie froide, ce qui n'est pas sans risque,  
 s'il ne s'agissait d'anesthésier le cadre pour révéler au mieux la forme vivante. De 10  
 l'image du vin à l'image du corps, nous voilà donc condamnés, avec le transport de  
 la robe, à nous insinuer dans les plis de la représentation. Moins la condensation  
 que "le mouvement condensatoire"<sup>3</sup> (Metz, 1977), moins la figure que le processus  
 figuratif, moins la métaphore que les métamorphoses (Fresnault-Deruelle 1993).

Jusqu'où aller dans les "formes de l'empreinte" (Floch 1986)? Que voir dans 15  
 les plis de cette robe? La vie de la matière, le caractère du vin, l'évolution de la  
 saveur en bouche, de l'attaque, comme l'on dit en dégustation, au déploiement  
 du sentiment gustatif, dans toutes ses nuances, ses reliefs et ses aspérités. A  
 moins de voir, dans les plis de cette forme mouvementée, l'empreinte de la  
 féminité, selon une tradition picturale qui associe aux formes sensuelles du 20  
 drapé, l'image du sexe féminin dans son expression figurale et symbolique la  
 plus intime. De pas en pas, nous pouvons dériver ainsi sur la trajectoire figura-  
 tive de la saveur. Le phatique et le phantasmatique se combinent dans l'illusion  
 haptique du contact avec cette forme, cette figure en formation, aux apparences  
 de tache, de trace, de masse colorée. L'image du flou et du fluide donnant à 25  
 l'interprète toute licence pour s'égarer dans *les plis* de l'image,<sup>4</sup> jeu de formes et  
 d'informe, de métaphore et métamorphoses.

Il paraît nécessaire, toutefois, de progresser, du référentiel rhétorique à la charge  
 esthétique de l'image, faisant l'hypothèse qu'à l'égard de l'image de la saveur, le

30

---

3 "Le mouvement condensatoire, jusque dans les cas où il emprunte des sentiers métonymiques, conserve en lui quelque chose de foncièrement métaphorique: une tendance à franchir la censure, à faire "sortir" les choses, à forcer un passage par la convergence de plusieurs attaques, une disposition centripète" (Metz, 1977: 298).

35

4 On pense ici à Deleuze pour qui, à l'intérieur d'une métaphysique du chaos, "toute forme (conçue ou réelle) est pensée comme le plissement contingent d'un transcendantal qui emprunte au chaos son grouillement, son intensité énergétique et son intrinsèque vacuité formelle. Cette métaphysique où seule l'intensité (l'aformel) est donnée *a priori*, permet à son tour de fonder la liberté humaine: si aucune forme n'est donnée, en dernière instance, si rien n'est gravé dans le marbre de la nécessité, alors tout est à faire et tout peut être créé" (Buydens, 1997: 53).

40



rhétorique nous maintient, en quelque sorte, au niveau de la figure, à (bonne) distance 1  
 de la figure, là où l'esthétique tend à nier cette distance, la coupure sémiotique, pour  
 mieux jouer du rapport fusionnel à l'objet, à l'image de sa perception directe et des  
 sensations qu'il procure, en l'occurrence dans le registre des saveurs. Empreinte  
 esthétique qui ne passe pas moins par les propriétés figurales et figuratives de l'image, 5  
 autrement dit les modalités énonciatives pour construire ce rapport esthétique à  
 l'objet, à la saveur. Ce qui nous évite de basculer trop rapidement dans l'ontologisa-  
 tion de l'image, comme on l'a vu, c'est-à-dire la confusion entre l'image et la chose, les  
 empreintes iconiques de la saveur et la saveur elle-même, alors que l'image travaille  
 précisément à nier cette distance, cette coupure sémiotique. 10

Sortie du répertoire des figures, au sens rhétorique, la trace joue d'autant plus  
 facilement son rôle figuratif. Elle devient lieu de condensation esthétique, sous les  
 traits déjà identifiés avec Hermann Parret, en termes de synesthésie, syncrétisme et  
 synergie. Synesthésie par correspondances et combinaisons variées de formes,  
 couleurs, tensions plastiques et sensations haptiques); syncrétisme, par interaction 15  
 des registres déjà plastique, gestuel, ingrédiénel (minéral, végétal, animal) dans la  
 séduction alimentaire; synergie (distribution dynamique et énergétique par rapport  
 aux autres éléments *posés* dans l'assiette). Précision terminologique toutefois:  
 parmi toutes les niveaux de discrétisation qui permettent de distinguer trace et  
 empreinte, il est possible de reconnaître dans la trace une manifestation graphique 20  
 et plastique déjà opérante au plan de l'expression, là où l'empreinte nous conduit  
 plus volontiers vers une valeur testimoniale et le plan du contenu.

Dans la lignée de Lyotard (1971) et Parret (2006), la sémiotique des traces  
 concerne moins la *figure-image* (rapport d'extériorité aux objets) ou la *figure-*  
*forme* (Gestalt et formants plastiques) que la *figure-matrice*, dans le processus de 25  
 figurabilité. Avec cette figure-matrice, il est fait appel à la mémoire figurale, en lien  
 elle-même avec l'esthétique "figurale" (Lyotard 1971), composant avec le visuel,  
 plutôt que le visible (Didi-Huberman 1990): "Le visible est l'élément-signé, un  
 signifiant quasi-tangible, matériel, fortement lié à son signifié représenté... Le  
 visuel, alors, est cet événement présentifiant, toujours en mouvance, qui transporte, 30  
 transfigure, condense, déplace... Face à l'œil, il n'y a que le visible; face au regard, il  
 n'y a que le visuel" (Parret, 2006: 116).

Cela explique, à l'évidence, la motivation des chefs, ici Régis Marcon et Michel  
 Bras, à composer avec les traces, comme lieu de condensation de figurabilité de la  
 saveur. 35

S'il faut nous situer sur le plan de l'expérience visuelle, la trace 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, 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 40



Figure 5: Régis Marcon ([www.regismarcon.fr](http://www.regismarcon.fr)).

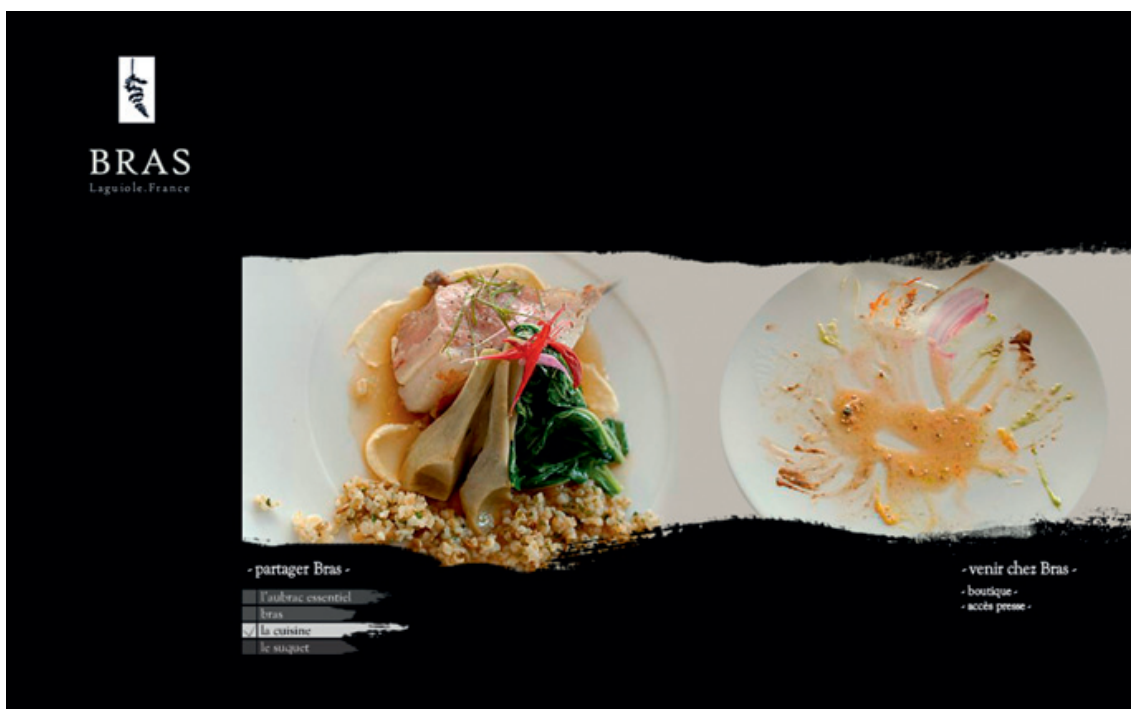


Figure 6: Michel Bras ([www.bras.fr/fr](http://www.bras.fr/fr)).

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.” (Bougnoux, 1991). Et le médiologue de poursuivre: 40

“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). Nous aurons l’occasion de nuancer ce point de vue, en voyant dans l’indice, sous des formes davantage plastiques et figurales, qu’iconiques et figuratives, au sens du groupe  $\mu$ , un véritable plan de l’expression qui s’offre précisément à la description et l’interprétation.

A concevoir cette contiguïté naturelle entre le réel et les signes, le risque est aussi de faire assumer à la trace ou l’empreinte, 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, y compris lorsque la trace figurative de la saveur joue du double rapport optique et haptique avec sa source réelle, naturelle ou matérialisée dans l’objet d’origine. Même si dans le monde naturel, rappelons-le la saveur est déjà prise dans le jeu synesthésique et syncrétique de propriétés sensibles multiples, qui permettent notamment de goûter ou déguster des yeux ou de toucher du regard des sensations gustatives.

À *déguster des yeux*, c’est d’ailleurs le titre de l’analyse sans doute la plus proche de nos préoccupations, en l’occurrence les *Notes sémiotiques sur la “mise en assiette,” à propos de la cuisine de Michel Bras*, de Jacques Fontanille (2006). Il est question d’aborder la mise en espace des saveurs et textures par l’aspect plastique et compositionnel de l’assiette, selon quatre types: la répartition en profondeur et/ou en obliques fuyantes; la combinaison répétitive, comme “manipulation gustative,” pour signifier le refus du mélange; la déclinaison figurative “dont l’ensemble forme une figure stable, de type iconique,” avec une tonalité, une matière, une forme, en préfiguration et configuration d’un goût, de saveurs multiples et composées; la composition distributive, donnant une “impression de diversité extrême et de profusion généreuse.” Les contrastes gustatifs, par dispersion, figuration ou combinaison annoncent la syntaxe du parcours de dégustation, tout en jouant avec la répartition en profondeur dans l’assiette. Celle-ci opère par manipulation déictique (position assignée à l’observateur), alors que les autres modes d’organisation procèdent par manipulation modale entre le “pouvoir-être” du côté de l’objet (le plat) et le “pouvoir-faire,” pour le sujet dégustateur. Ainsi se détachent des configurations dominantes qui font le *style visuel* et la signature de Michel Bras, en manipulant

disposition (déictisation) et montage (modalisation). Jacques Fontanille en 1  
 retient principalement deux, avec le *dressé* à travers lequel “le montage et la  
 disposition conjugués constituent une ébauche de “mode d’emploi” visuel pour  
 la saisie et la dégustation” et le *feuilleté*, conçu à la fois comme montage qui 5  
 contraint le mode d’association des saveurs et comme disposition, pour indi-  
 quer le mode de saisie, en l’occurrence avec les doigts. La “grammaire plas-  
 tique” des assiettes se construit en conséquence sur trois ensembles: les traits  
 plastiques (couleurs, textures, formes, tonalités, etc.); les syntagmes plastiques  
 (par montages et déclinaisons figuratives); les textes plastiques, à valeur moins  
 modale que déictique sur le mode d’emploi à privilégier: comment entrer dans le 10  
 plat et suivre l’ordre de la dégustation selon qu’il fonctionne par promesse,  
 suggestion ou imposition.

On voudra bien nous pardonner la densité du résumé qui rend justice à l’analyse  
 très serrée de Jacques Fontanille, modestement présentée comme “notes” mais, en  
 réalité, intensément structurée dans le cadre construit à partir des mises en espace 15  
 des saveurs. Cependant les termes de *grammaire*, *textes*, *syntagmes plastiques* nous  
 éloignent de l’approche esthétique valorisée ici, pour rendre compte du caractère  
 plus intimement sensoriel et sensible du travail, sinon de la manipulation figurative  
 pour donner *trace* de la saveur, terme que nous avons pris le soin de définir et  
 d’éclairer en fonction de notre problématique figurale et figurative. 20

C’est donc en termes chevillés à l’esthésie, à la manipulation esthétique que  
 nous allons tracer notre propre système de figuration de la saveur, sans prendre  
 l’assiette comme cadre topologique obligé, ni la situation du mangeur face à son  
 assiette et à la composition visuelle donnant trace de la saveur. En effet, la  
 photographie culinaire et l’imagerie des chefs cherchent de plus en plus à sortir 25  
 la composition alimentaire du référentiel de l’assiette mais sans pour autant  
 jouer des effets de cadre. L’attention est tout entière reportée sur la création  
 culinaire, isolée, détachée du contexte, comme pour révéler au mieux son  
 essence, dans l’expression visuelle de la saveur. On pense à Péninou et ce  
 qu’il qualifiait de régime épiphanique pour l’image, dont les occurrences entrent 30  
 en relation directe avec notre objet de célébration du goût:

Mettre en signes toute une épiphanie de l’objet: l’Annonciation (mise en attente et en émoi),  
 l’apparition (mise en marché), l’exhibition (mise en avant), l’offrande (mise en réception):  
 immense domaine de l’avènement, de la naissance des produits, perpétuelle et irrépressible  
 gestation de produits nouveaux ou innovants: cycle publicitaire de la *révélation*. Mais aussi, non 35  
 moins immense domaine de la valorisation: des formes les plus attentives de la mise en relief aux  
 formes les plus épurées de la mise en gloire; il suffit, mais il y faut, l’observance de certaines  
 règles: mise à l’infinif de l’image; mise en silence du texte; mise en éternité du temps; mise en  
 absolu du produit; mise en majesté du nom; cycle publicitaire de l’*exaltation*, dans sa figure la  
 plus éminente: l’*élévation*. (Péninou 2001) 40

Ce régime épiphanique, dans ses multiples occurrences, constitue pour nous le socle de la manipulation esthétique pour donner trace de la saveur dans l'image.

## 4. L'image de la saveur: Stratégies figurales et figuratives 5

Les images retenues ici, n'appartiennent pas en propre à un corpus. Nous gardons la liberté de puiser dans l'imagerie publicitaire, les images des sites internet, les visuels d'ouvrages gastronomiques, les albums d'art culinaire. Mais toutes ces images ont une propriété commune: il s'agit toujours de se concentrer sur la scène dépouillée, rabattue sur l'aliment, l'ingrédient, le plat, l'assiette pris en dehors du contexte d'exposition de la table ou du contexte de consommation. Le figuratif de la saveur exige donc une réduction considérable par rapport au figuratif du goût, dont nous avons rappelé d'entrée le plan de projection, de l'esthésie et des sensations gustatives à l'esthétique et l'ethos du mangeur.

Certes, l'image ne peut échapper aux effets de cadre, ne serait-ce qu'au travers des conditions de prise de vue (lumière, angle, cadrage, focale, etc.) et par la présence d'accessoires éventuellement disposés autour du plat. Mais précisément, la centralité du plat ou de l'aliment est ce par quoi l'image peut se concentrer sur l'élément gustatif pour en figurer la saveur ou tendre, au moins, vers cet objectif de conversion sémiotique entre la sensation directe, par expérience, et la sensation reproduite, par des modalités figuratives.

Les stratégies énonciatives ainsi mises en place pour figurer la saveur nous paraissent relever de quatre modes de valorisation, avec des formes et même des régimes d'empreintes sensibles, distincts et interdépendants, pour construire l'espace figuratif de la saveur. Les logiques de figuration déployées dans le registre esthétique, 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: la valorisation synesthésique (primat figuratif: la composition culinaire), esthétique (primat figuratif: une modalité sensorielle), hyperesthésique (primat figuratif: la matière) et anesthésique (primat figuratif: l'univers et l'esprit des lieux).

(1) *La valorisation synesthésique (primat figuratif: la composition culinaire)* doit être appréhendée avant les autres régimes figuratifs car elle correspond à la situation la plus naturelle de perception. S'il est vrai, comme le note Merleau-Ponty (1976 [1945]) que "la perception synesthésique est la règle," l'expérience figurative s'effectue donc à partir d'un continuum sensoriel où tous les sens coopèrent. Ce continuum suppose la coopération, les correspondances, mais aussi les déplacements et les permutations entre les sens.





Figure 7: Michel Troisgros ([www.troisgros.com](http://www.troisgros.com)).

Ici, la distribution et la composition participent de la disposition (déictisation) et du montage (modalisation), pour reprendre les termes de Fontanille. La syntaxe gustative est préfigurée par le jeu des positions, tailles, orientations, mais les multiples ponctuations viennent perturber la stabilité des figures centrales, comme autant de signes d'appel à des couleurs, saveurs, sensations différenciées. Il faudrait compléter ce processus synesthésique avec les phénomènes de synergie et syncrétisme déjà entrevus (Parret, 2006). 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, gouvernée par le processus de déictisation. Cette synergie se double du *syncrétisme* impliqué par l'activité perceptive, sous forme d'empathie, de

communion ou de co-existence, non seulement entre sujet et objet, mais aussi 1  
entre objet et représentation. On sait depuis Marin “que le résidu de la  
transformation du réel en représentation est plus qu’un simple reste” (1993)  
et qu’il faut d’abord y voir un geste pour lier de façon singulière des forces  
dans des formes. La présence d’empreintes en lien avec la saveur trouble la 5  
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 la sapi-  
ence 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’apprentis- 10  
sage, l’éducation, la recherche et le déploiement des émotions gustatives.  
Alchimie de la tension interne entre les éléments et de l’attention du sujet  
pour entrer dans la composition et jouer le jeu de la séduction alimentaire La  
synesthésie enrichit la palette sensible du figuratif avec des correspondances  
sensorielles et, au-delà, des opérations polysensorielles par mutations des 15  
sensations premières, par permutations, voire transmutations: on voit exploser  
les plages colorées, on perçoit les contrastes chromatiques et morphologiques  
comme des indices de consistance ou légèreté, de notes marquées ou  
masquées..

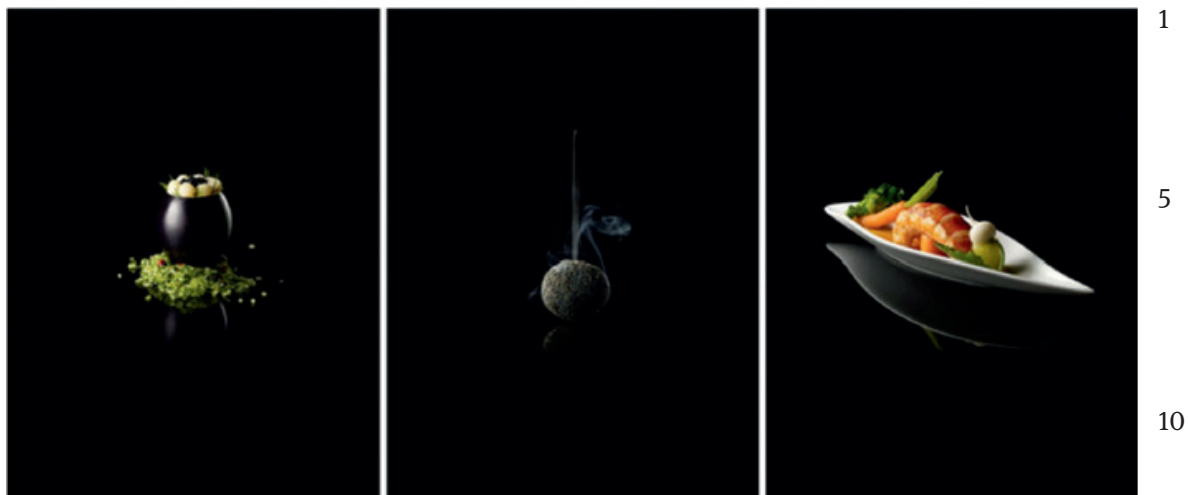
(2) *La valorisation esthétique* (primat figuratif: une modalité sensorielle dom- 20  
inante) tend à sortir du continuum sensoriel ou du jeu polysensoriel pour  
discrétiser un sens, détacher une dimension perceptive, et mieux en  
apprécier l’activité, l’intensité. L’image ne manque pas de ressources, au  
plan expressif, pour mettre en scène, en action, en vibration, ce monde  
esthétique de la saveur. Il surgit de la lumière, des contrastes, des cou- 25  
leurs, des formes, des positions et des orientations, c’est-à-dire d’un jeu de  
composition qui ne se contente pas de reproduire l’image d’un objet mais  
manifeste, avant tout, notre relation sensible à l’objet, à travers une  
modalité sensorielle dominante qui oriente les autres. Moins la  
métaphore que la forme, non plus le syncrétisme mais le *diacrétisme* 30  
(Fontanille, 2005) s’il faut rester dans le vocabulaire esthétique. 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.

35

On voit ici, dans l’illustration de Sophie Rolland, comment le fond noir des images,  
donne la tonalité générale d’une activité perceptive orientée vers le caractère solennel,  
voire spirituel, de la sensation gustative: objets hiératiques, suspendus, entre ombre et  
lumière, libérés des contingences et rendus à leur essence, leur quintessence.

40





**Figure 8:** Sophie Rolland, Grand prix de la photographie du patrimoine gastronomique, Festival International de la Photographie culinaire, 2009.

(3) *La valorisation hyperesthésique* (primat figuratif: la matière): la trace figurative de la saveur vient ici nous toucher 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 in Floch 1990), 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). 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.

Un travail tout à fait emblématique, dans ce registre, est celui de Mathilde de L’Ecotais (<http://mathildedelecotais.com>), tout particulièrement au niveau du langage plastique qu’elle a créé pour sublimer l’art culinaire de Thierry Marx (Marx et de L’Ecotais 2006).

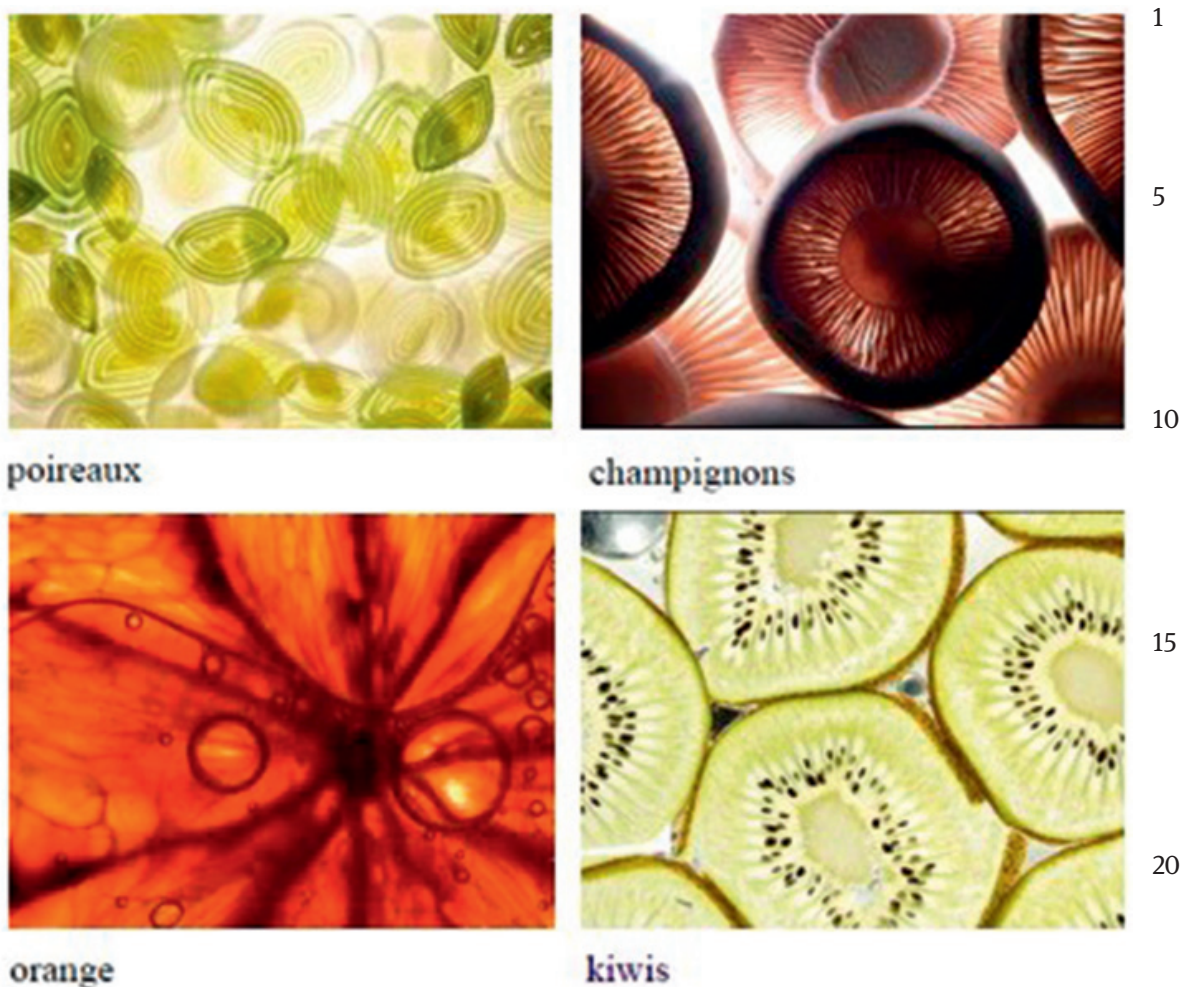


Figure 9: Mathilde de L'Ecotais (<http://mathildedelecotais.com>).

25

Laissons parler Thierry Marx:

Il y a les autres... et elle. Là où le photographe culinaire traditionnel met en scène le plat figé pour l'éternité dans son apprêt compassé, Mathilde de l'Ecotais voit, avec son objectif et surtout son esprit, au plus profond de la matière pour en extraire toute la subtile et voluptueuse poésie. Ses photos sont aussi créatives que les mets qu'elle saisit, à l'instant de leur acmé. Ses clichés invitent le spectateur à un voyage infini, sans limites, entre la structure et la déstructure. Dompté par son regard, le plus banal des légumes, devient une œuvre d'art abstrait. Des natures mortes terriblement vivantes, que l'on regarde, d'abord interloqué, puis emporté par le tourbillon des formes et des couleurs où l'imaginaire leur invente une identité. Sous son coup d'œil, on touche du doigt la légèreté d'un nuage de lait, le vaporeux d'un voile de yuba, la fragile transparence d'un caviar. (<http://mathildedelecotais.com/?album=automne-2009>)

30

35

L'hyperesthésie, pour aller ici "au plus profond de la matière" procède de l'effet optique de rapprochement, voire d'immersion dans la matière, figure le contact 40

indiciel avec l'essence et la naissance du goût, dans la matérialité même de la 1  
 saveur en formation. Le regard perce la surface de l'aliment et pénètre un monde de  
 formes, de couleurs et de lumière qui relève, à l'évidence, d'une autre nature, dans  
 le rapport à l'objet de goût, à l'univers intime et microscopique de la saveur.  
 L'hyperesthésie provoque la conversion du regard, opération au service d'une 5  
 vision métaphysique, où macrocosme et microcosme se rejoignent. Le processus  
 de figuration des saveurs mis en œuvre dans le regard photographique et l'expres-  
 sion plastique, vise l'essence du goût comme forme vivante, métaphore,  
 métamorphose et même anamorphose. L'oculaire annonce l'oraculaire, la figure  
 préfigure le goût, du cœur même de la substance où tout s'origine. C'est pourquoi, 10  
 s'il y a mouvement, à ce niveau des profondeurs où se prépare, se vit la réflexivité  
 du goût, du "sentir" phénoménologique le plus intime de notre rapport aux ali-  
 ments, il en appelle moins, selon la distinction d'Aristote, à la *kinesis*, au mouve-  
 ment, déplacement physique et spatial, qu'à un processus de *metabolè* et  
*metamorphè*, au changement, transformation interne et substantielle. Voilà pour- 15  
 quoi la saveur prend corps et peut déployer un théâtre de sens qui se révèle en nous,  
 jusqu'à évoquer l'âme d'un aliment, d'un plat.

(4) *La valorisation anesthésique (primat figuratif: l'univers, l'esprit des lieux):* sur le  
 mode de l'anesthésie, l'effacement de l'objet est pratiquement toujours  
 redoublé par l'effacement du sujet. L'essence compose ici avec l'absence, 20  
 prélude à l'épiphanie de l'objet. La notion d'anesthésie, par effacement de  
 l'objet ou du sujet, n'a 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: 25

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 30  
 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 35  
 ressources du dépouillement, dans la forme, les traces énonciatives, pour  
 laisser place à l'émotion gustative dans ce qu'elle a de plus essentiel, sub-  
 stantiel 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, 40

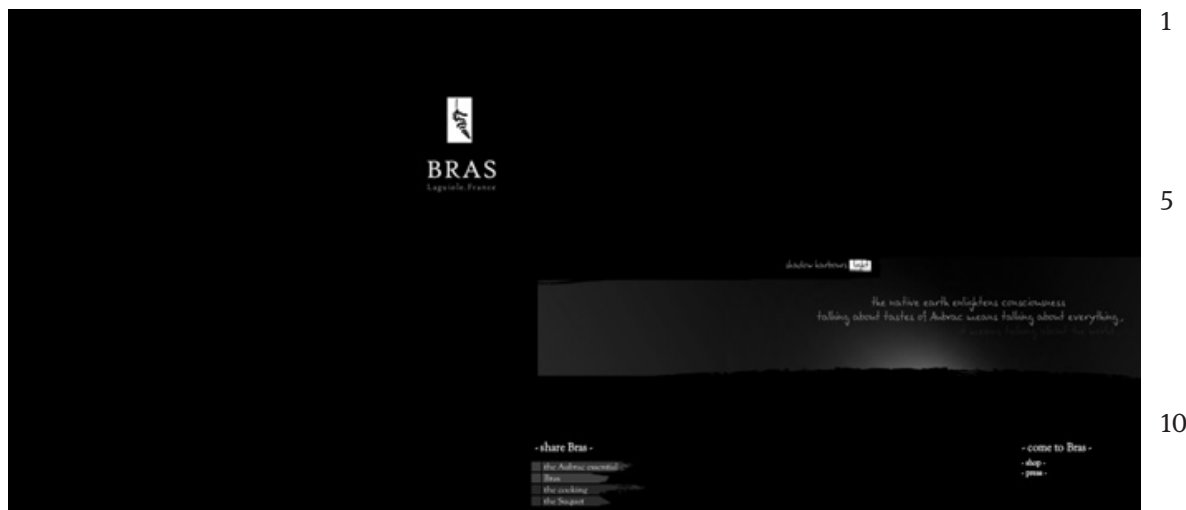


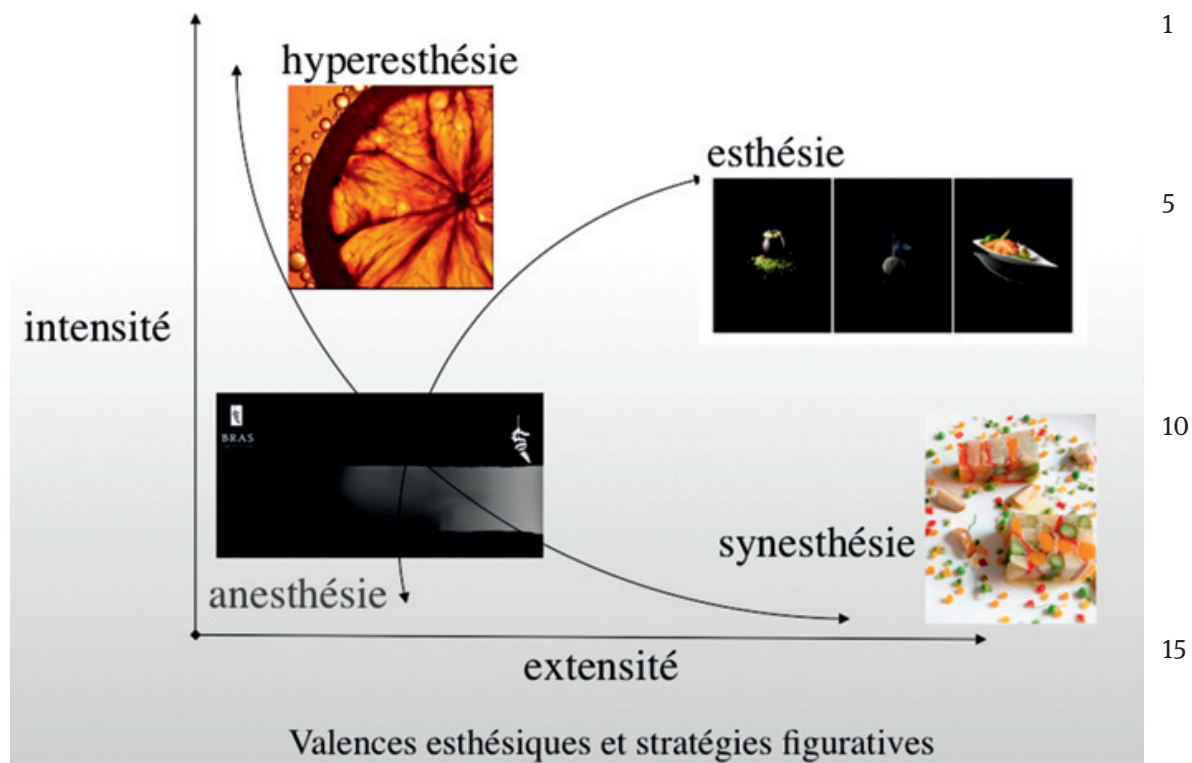
Figure 10: Michel Bras ([www.bras.fr/fr\\_site\\_noire.htm](http://www.bras.fr/fr_site_noire.htm)).

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. Le terme d'*anesthésie* doit être reçu avec toute la dynamique ou l'*énergie* (l'*energeia*, l'activité du Concept, chez Aristote) du plan de projection organisé, d'entrée, autour de l'esthésie. Elle vient compléter le système qui nous paraît œuvrer au niveau figuratif, pour représenter la saveur, sans renvoyer, précisément d'image négative, privative. L'anesthésie vient signifier le temps d'arrêt, la suspension, l'apparaître de la forme la plus élémentaire ou dépouillée, qui loin d'être associée au vide ou à l'absence, figure l'être en puissance de la saveur.

Il ne nous reste donc qu'à positionner et articuler ces logiques figuratives soutenues par les différents modes de valorisation esthétique, brièvement présentés.

L'hyperesthésie figure évidemment la position la plus soutenue et intensifiée, alors que la synesthésie peut déployer à l'infini le jeu de ces combinaisons sensorielles. L'anesthésie prend une position non pas privative ou dépréciative, mais de potentialisation d'une énergie qui trouve dans la valorisation esthétique la position la plus complexe par accentuation d'une modalité sensorielle détachée du continuum sensible, prenant une tonalité particulière, à la fois plus intense et plus ouverte aux manifestations esthétiques qui l'encadrent.

L'esthésie s'est donc imposée comme une clé de ce système, lorsqu'il s'agit dans l'image, de garder en quelque manière (ce sont les stratégies figuratives et les manipulations gustatives dévoilées ici) la trace de la saveur. Dans l'unité du sens et du sensible, l'esthésie compose, on l'a noté à chaque illustration, avec l'esthétique



**Figure 11:** Les stratégies figuratives soutenues par les différents modes de valorisation esthétique.

qui travaille non seulement l'épaisseur et la profondeur des images pour figurer la saveur, mais s'ouvre plus largement à l'esthétisation de nos expériences par l'alimentaire. Mais la saveur est aussi l'expression d'un *ethos* et il nous faut toujours remonter, en dernière instance, du figuratif de la saveur au figuratif du goût. L'éthique du mangeur est alors à comprendre comme valorisation axiologique responsable et raisonnée, mais aussi comme *ethos* sensible porté par la quête d'expériences, de sensations. Dans son extension figurative, le goût offre aujourd'hui tant de possibles expérientiels, pris dans les paradoxes, les contrastes, les contradictions, que se fixer sur la saveur c'est revenir à l'essence du geste alimentaire. L'épiphanique et l'esthésique au service d'une révélation: le goût des aliments, l'attention à soi, l'ouverture à autrui.

## Références

- Barthes, Roland. 1964. Rhétorique de l'image. *Communications* 4. 40–51.
- Bordron, Jean-François. 2002. Perception et énonciation dans l'expérience gustative. L'exemple de la dégustation d'un vin. In A. Hénault (dir.), *Questions de sémiotique*, 639–665. Paris: PUF.



- Bordron, Jean-François. 2007. Le statut sémiotique du monde naturel et la question de l'objet. 1  
*Nouveaux Actes Sémiotiques*. <http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=1838>  
 (consulté le 23 juin 2014).
- Bougnoux, Daniel. 1991. L'efficacité iconique. *Destins de l'image* 44. 267–280.
- Boutaud, Jean-Jacques. 1998. *Sémiotique et communication. Du signe au sens*. Paris:  
 L'Harmattan. 5
- Boutaud, Jean-Jacques. 1999. Towards the semiotics of taste. *Advances in Consumer  
 Research* 26. 337–340.
- Boutaud, Jean-Jacques. 2004. De l'utilité d'un concept: L'image gustative. *VOIR* 28–29. 24–33.
- Boutaud, Jean-Jacques. 2005. *Le sens gourmand*. Paris: Jean-Paul Rocher éditeur.
- Boutaud, Jean-Jacques. 2012. Figuration du goût et webdesign de la saveur. *Episteme* (2012).  
 21–42. 10
- Boutaud, Jean-Jacques. 2013. L'esthésique et l'esthétique. La figuration de la saveur comme  
 artification du culinaire. *Sociétés et Représentations* 34. 85–98.
- Boutaud, Jean-Jacques & Erik Bertin. 2012. Espresso ma non troppo. Del tempo y la lentitud en  
 el ritual del café. *Temas del Seminario* 27. 115–144.
- Boutaud Jean-Jacques & Stéphane Dufour. 2011. L'indicible et l'indiciel: Empreinte gustative et  
 trace figurativ. In Galinon Méléneq (dir.), *L'homme trace: Perspectives anthropologiques*  
*des traces contemporaines*, 151–170. Paris: CNRS Editions. 15
- Boutaud, Jean-Jacques & Véronique Madelon. 2010. La médiatisation du culinaire.  
*Communication & Langages* 164. 33–40.
- Boutaud, Jean-Jacques & Eliseo Veron. 2007. *Sémiotique ouverte*. Paris: Hermès Lavoisier.
- Boutaud, Jean-Jacques (dir.). 1997. *Images du goût, champs visuels* 5. Paris: L'Harmattan. 20
- Boutaud, Jean-Jacques & Serge Chaumier (dirs.). 2009. *Scènes et scénographies alimentaires*  
 (Culture & Musées 13). Avignon: Acte Sud.
- Brillat-Savarin, Jean-Anthelme. 1982 [1825]. *Physiologie du goût ou Méditations de gastronomie  
 transcendante*. Paris: Flammarion.
- Buydens, Mireille. 1997. La forme dévorée. Dans Thierry Levain (dir.), *L'image*, 41–63. Paris:  
 Vrin. 25
- Champion, Caroline. 2010. *Hors d'œuvre. Essai sur les relations entre arts et cuisine*. Paris:  
 Menufretin.
- Didi-Huberman, Georges. 1990. *Devant l'image*. Paris: Editions de Minuit.
- Dondero, Maria-Giulia. 2009. *Le sacré dans l'image photographique. Etudes sémiotiques*. Paris:  
 Hermès Lavoisier.
- Floch, Jean-Marie. 1986. *Les formes de l'empreinte*. Périgueux: Fanlac. 30
- Floch, Jean-Marie. 1990. *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les  
 stratégies*. Paris: PUF.
- Floch, Jean-Marie. 1995. *Identités visuelles*. Paris: PUF.
- Fontanille, Jacques. 2004. *Soma et séma: Figures du corps*. Paris: Maisonneuve.
- Fontanille, Jacques. 2005. Paysages, terroirs et vins. Dans Martine Joly & Hubert Cahuzac  
 (dirs.), *Le corps, le vin & les images*, 121–136. Paris: L'Harmattan. 35
- Fontanille, Jacques. 2006. A déguster des yeux. Notes sur la "mise en assiette," à propos de  
 la cuisine de Michel Bras. Dans A. Beyeat (dir.), *La diversité du sensible*, 195–216.  
 Limoges: Pulim.
- Fresnault-Deruelle, Pierre. 1993. *L'éloquence des images*. Paris: PUF.
- Greimas, Algirdas Julien. 1979. La soupe au pistou ou la construction d'un objet de valeur.  
 (Actes Semiotiques 5). Paris: CNRS. 40

- Heilbrunn, Benoît. 2006. La cène gourmande ou la liturgie pâtissière de Pierre Hermé. Dans 1  
Jean-Jacques Boutaud (dir.), *Scènes gourmandes*, 201–209. Paris: Jean-Paul Rocher.
- Holley, André. 2006. *Le cerveau gourmand*. Paris: Odile Jacob.
- Jullien, François. 1991. *Eloge de la fadeur*. Paris: éditions Philippe Picquier.
- Landowski, Eric. 1998. Sémiotique gourmande. Du goût, entre esthésie et sociabilité.  
*Nouveaux Actes Sémiotiques* 55–56. 5
- Landowski, Eric. 2004. *Passions sans nom*. Paris: PUF.
- Liotard, Jean-François. 1971. *Discours, Figure*. Paris: Klincksiek.
- Marin, Louis. 1993. Le concept de figurabilité ou la rencontre entre l'histoire de l'art et la  
psychanalyse. Dans *De la représentation*, 62–70. Paris: Gallimard/le Seuil.
- Marx, Thierry & Mathilde De l'Ecotais. 2006. *Planète Marx*. Paris: Minerva. 10
- Merleau-Ponty, Maurice. 1976 [1945]. *Phénoménologie de la perception*. Paris: Gallimard.
- Metz, Christian. 1977. *Le signifiant imaginaire – Psychanalyse et cinéma*. Paris: Union Générale  
d'Éditions.
- Moutat, Audrey. 2015. *Du sensible à l'intelligible: Pour une sémiotique de la perception*.  
Limoges: Lambert-Lucas.
- Ouellet, Pierre. 2000. *Poétique du regard. Littérature, perception, identité*. Sillery-Limoges:  
Septentrion-Pulim. 15
- Parret, Herman. 2006. *Sutures sémiotiques*. Limoges: Lambert-Lucas.
- Péninou, Georges. 2001. Des signes en publicité. *Études de communication* 24.  
<http://edc.revues.org/986> (consulté le 23/06/2014).

---

**Note:** Cet article reprend et réorganise, pour en faire la synthèse, les analyses consacrées à 20  
cette problématique de la figuration de la saveur dans différents articles et sous différents  
angles. Notamment: Boutaud 2013: 85–98; 2012: 21–42; Boutaud et Dufour 2011: 151–170;  
2004: 24–33.

25

30

35

40