

Manger avec les Yeux

ANTONIO ROBERTO CHIACHIRI FILHO

Faculdade Cásper Líbero, São Paulo (Brasil)

Abstract

Cet article se tourne vers les moyens utilisés par les photographes spécialisés en photographie gastronomique, moyens qui sont responsables par les effets de suggestion synesthésique produits à un récepteur dans la mesure où cette suggestion synesthésique puisse exciter son appétit d'une façon, parfois, beaucoup plus intense qu'un plat le ferait. Nous essayerons de montrer comment ce signe bidimensionnel peut en rendre compte. Nous le savons bien que le décor photographique, dans ce domaine, en réalité, s'est entouré d'une série de moyens et de pouvoirs de simulation capable d'insinuer des délices, et même d'intensifier des effets psychophysiques comme l'éveil de l'appétit, « l'aiguïsement » des sens, en faisant, aussi, déclencher dans un interprète des réactions physiologiques (l'eau à la bouche, par exemple) ou « canaliser » dans son imagination la saveur particulière de l'aliment selon son préalable répertoire signe/gustatif. Par le moyen d'entrevues réalisées avec des professionnels de production et élaboration de ce type de photographie et de l'analyse d'une reproduction photographique, nous croyons que cet article, vu sous la perspective de la sémiotique de Charles Sanders Peirce, soutenu par une méthodologie d'analyse extraite de l'oeuvre de Lucia Santaella et par des études sur le phénomène de la synesthésie, pourra contribuer à la compréhension d'un aspect encore peu exploré de l'art de la communication photographique, à savoir, celui d'essayer de comprendre l'organisation et l'action de ce type de signe, au moyen duquel les plaisirs gustatifs sont évoqués par ce message visuel.

L'odorat est le sens qui fait activer notre mémoire gustative d'une façon inégale. Le goût doit être complété par l'odorat. Néanmoins, un autre sens, puisse, peut-être aussi, nous faire arriver bien proches de cette activation de la mémoire gustative, celui de la vision. Regarder, alors, une revue ou un livre illustré de recettes culinaires, ou observer des publicités sur la gastronomie, nous fait pénétrer dans un monde de sensations et saveurs qui font appel aux plaisirs gustatifs. Pas seulement au goût, mais pareillement, tout ce qui puisse, devant un signe visuel, faire réveiller dans un esprit, soient des réactions physiologiques (l'eau à la bouche, par exemple), soient des réactions qui font réveiller l'appétit ou même des réactions qui font revenir des moments de raffinement, entre autant d'autres.

Le décor photographique, en particulier celui de la photographie gastronomique, quoiqu'il semble et doive sembler vraisemblable, est, en réalité, entouré d'une série de recours et des pouvoirs simulateurs capables d'insinuer des délices, de démarrer et d'intensifier l'envie de manger ou boire quelque chose. La composition de ce signe visuel peut faire déclencher et intensifier des plaisirs gustatifs dans un esprit et cette capacité d'aiguiser tels sens, est, donc, dans sa façon de représenter ou simuler son objet. Comment, alors, une image fixe, bidimensionnelle est-t-elle capable de produire dans son récepteur des réactions synesthésiques quasi ou beaucoup plus fortes que celles produites par le phénomène, lui-même ? Soit, comment et pourquoi les images photographiques de la gastronomie sont-elles capables de faire déclencher des réactions gustatives aussi efficaces que celles qui sont produites quand nous sommes devant un plat au moment du repas, même en prenant en compte être, dans cet acte, beaucoup plus proche du phénomène avec toutes ses caractéristiques perceptuelles d'arome et de température qui lui sont propres ?

Selon la théorie sémiotique de Charles Sanders Peirce, une image photographique se caractérise par être un sinsigne indiciaire qui-dit. Tous les sinsignes sont incrustés de ses qualisignes qui y exercent aussi une fonction iconique. Avec sa théorie des signes, la théorie des modalités du langage visuel développée par Lucia Santaella dans son livre *Matrizes da linguagem e do pensamento* (2001) – *Les matrices du langage et de la pensée* — et soutenus par d'autres auteurs qui étudient le phénomène de la synesthésie, nous essayerons de vérifier comment se procède la traduction d'un sens, dans ce cas le visuel, dans d'autres, par exemple, le goût.

Parler de la gastronomie, c'est en fait, parler de tout un ensemble de facteurs qui s'entrelacent (préparation du repas, la décoration, l'ambiance, les gens qui se réunissent autour d'une table etc.) pour faire du moment du repas, un moment très spécial qui puisse faire appel à des plaisirs de la table, qui invitent à d'autres plaisirs. Tous ces plaisirs pouvant être activés par moyen d'un signe visuel.

Nous pensons, alors, aux effets que ce signe visuel, la photographie, puisse produire à son récepteur. Le pouvoir magique de l'image photographique. La photo est une image en travail, et comme a dit Dubois (1990 : 15):

... c'est un vrai acte iconique [...] une imageacte y compris que cet acte ne se limite trivialement qu'au geste de sa production [...], mais aussi de sa réception et de sa contemplation.

En pénétrant, donc, dans ce monde de la représentation gastronomique par moyen de ce signe visuel, nous croyons pouvoir parcourir un chemin qui nous permettra de mieux comprendre cette production de sens, ou mieux, cette transformation d'une stimulation visuelle dans un autre sens, celui du goût.

Nous avons pu observer, par moyen de nos entrevues avec des photographes et des professionnels de production (*food stylist*) spécialisés en photo gastronomique, leurs façons d'exécuter ce travail de construction visuel. Ce sont, en fait, des inférences, indices d'élaboration de ce message et qui exige une complexité de la pensée, de la façon d'agir, pour un processus de création d'un signe qui vise à faire réveiller dans le récepteur de ce message/image, des effets, parfois synesthésiques, en l'évoquant la mémoire, en l'aiguissant les saveurs et en lui faisant réveiller des plaisirs.

Pour initier, nous croyons être bien illustrant ce qui nous a dit Diego Rousseaux, un photographe argentin établi au Brésil et collaborateur de la revue brésilienne *Fotógraphos*.

Je vois la photographie dans son entour. Photographier, pour moi, n'est pas seulement focaliser ou encadrer l'objet et puis cliquer dans cette délimitation. Je compose la photographie même avant le clic. Le décor est déjà créé dans ma tête. Décor qui est plein de mémoires d'expériences déjà vécues. S'il s'agit de la lumière de 10 heures du matin qui doit composer la photo, je connais déjà quelles sont, par exemple, les qualités qui composent cette lumière ; je sais déjà où m'orienter pour trouver cette lumière. Chaque photographe voit différemment l'objet photographié (ou à photographier). Je cherche toujours à enrichir mon répertoire avec des sources qui viennent du passé et avec la mise à jour quotidienne des événements, des lectures... Je ne suis jamais allé en Grèce ou en France, mais de tout ce que je connais de ces pays, de tout ce que j'ai déjà vu, lu ou en entendu parler, j'arrive à composer un décor caractéristique. Je ne photographie pas pour moi, ceci est très rare, je photographie parce que ça c'est ma profession, alors, je n'arrête jamais de travailler, car tout le temps, le monde qui m'entoure constitue la matière première de mes photos.



Nous voyons cette reproduction photographique en haut, un plat appelé *Penne Méditerranéenne*. C'est une page dans la revue *Fotógraphos*. Diego nous a raconté comment il a composé cette photo (im. 2). Il n'a jamais été en Grèce, mais il essaye de faire représenter les images de la Méditerranée par moyen d'informations acquises dans tout ce qu'il a déjà recherché ou en entendu parler.



L'image à gauche nous montre les éléments de production de cette photo. La première étape a été celle de créer un climat qui traduisait les couleurs, les tons et les saveurs de la Méditerranée. Le climat de cette image exigeait une illumination discrète et bien soignée. En n'utilisant pas de lumière de l'extérieur, celle-ci est contrôlée seulement par les positions de leurs réflecteurs. La table est constituée de deux morceaux en bois rustique, le ciel a été représenté par un rectangle de papier blanc peint avec des coups de pinceau à la teinte bleue, un bleu qui simulait le ciel de la Méditerranée. Inspiré par les paysages des îles grecques, avec un drap blanc étendu sur un tuyau et soutenu par deux chaises, Rousseaux a simulé un mur de béton mal fini. Pour donner une ambiance plus proche à celle de la Méditerranée, il a fait fixer des tranches d'arbuste devant le carton peint (le ciel) à l'aide des pinces.

Il s'est servi de la même stratégie pour fixer la fourchette au-dessus de l'assiette, en simulant quelqu'un dans l'acte de manger. Une bouteille et un verre à vin blanc y ont été aussi placés. La pâte, *penne*, à légère cuisson garnie avec des morceaux de tomates et d'épices fraîches, font l'essence de cette photo. Toutes les ressources lancées par le photographe au montage de l'objet à être photographié mènent à un parcours créateur d'un langage qui essaie d'approcher le récepteur à la réalité qu'il souhaite montrer. C'est, donc, composer la photo même avant le clic final. En fait, les objets y sont placés en les articulant pour qu'ils arrivent à une représentation qui puisse être simulée par l'acte photographique. Le drap devient une image floue se référant à un mur ; le rectangle de papier peint, au ciel ; des morceaux de bois, à une table rustique ; la lumière, à une ambiance Méditerranéenne. La perception de ces images photographiques demande, tout de même, un répertoire culturel pour son efficacité interprétative.

Un autre photographe qui nous avons pu interviewer a été le brésilien Humberto Medeiros. Une entrevue qui nous a bien éclaircie que la tâche de photographe n'exige pas seulement des habilités techniques mais aussi, et beaucoup plus important, d'un répertoire culturel, d'une sensibilité et d'une jouissance pour ce qu'on se propose à faire. C'est, en fait, se nourrir d'une recherche, sans cesse, d'influences et de références culturelles. Le photographe c'est un pratiquant d'un art visuel. C'est, en effet, voir la photographie comme une forme d'expression organisée en langage, en éléments de langage dont sa maîtrise rend possible le choix de certaines solutions pour mieux extérioriser ce qu'on veut passer comme message. Les couleurs, par exemple, constituent une composition, un langage. En fait, la couleur, qui n'a aucune existence matérielle, qui est pure qualité, qui est riche en possibilités qualitatives, quand utilisée et maniée pour composer des signifiés, devient un formidable moyen de projection de sentiments, de connaissances, de magie, d'enchantement. En réalité, si on pense à la photographie, on s'aperçoit que les éléments qui y sont organisés pour former le décor photographique, y compris les couleurs, le jeu de lumières, outre d'autres objets plus tangibles, créent et recréent des espacialités

en construisant et en reconstruisant des signifiés. C'est à dire, générer une représentation, des espaces mentaux qui sont produits de notre propre culture.

Ce qui contribue beaucoup au succès représentatif d'une photographie, et cela n'est pas une nouveauté, c'est sa capacité d'attirer l'attention et de toucher son récepteur. Chacun des éléments de la photographie a sa compétence symbolique. Chacune des pièces a son pouvoir de produire signification, a, de même, le pouvoir de créer une espacialité, de créer une narrative visuelle. Et comme il nous indique bien, Vilém Flusser, dans son livre *A Filosofia da Caixa Preta* (2002 : 29) (*La Philosophie de la Boîte Noire*), « Ce sont, réellement des intensions déterminées, car, chaque objet choisi apporte une liaison, moindre qu'elle soit, avec ce qu'on veut photographier. » Tout est là pour contribuer à la construction d'un signifié.

Dans son livre *Matrizes da linguagem e pensamento - Sonora, Visual, Verbal-* (*Matrices du langage et de la pensée : Sonore, Visuelle et Verbale*) -, Santaella nous présente les trois matrices qui « ... se constituent en trois grandes matrices logiques du langage et de la pensée » (2001 : 20) et que nous font comprendre les langages qui composent notre vie. Chaque matrice est liée à une des trois catégories phénoménologiques proposées par Charles Sanders Peirce. La matrice sonore est liée à la priméité, qui est la manière d'être telle qu'elle est, pure qualité de sentiment ; la matrice visuelle, à la catégorie de secondéité, qui est la manière d'être telle qu'elle est concernant toute autre chose — conscience qui réagit constamment avec le monde — et la matrice verbale, à la tercéité, qui met en relation un premier avec un second dans une synthèse intellectuelle.

Cet article a pour but de démontrer l'application de cette matrice visuelle à la photographie gastronomique. La matrice visuelle liée à la secondéité, mais qui apporte en soi des éléments de priméité, de secondéité et de tercéité. Selon Santaella, elles sont trois, les catégories visuelles : 1. Les Formes non-représentatives, 2. Les Formes figuratives, 3. Les formes représentatives.

L'image que nous irons analyser c'est la réplique d'une photo intitulée *Caviar* de page double du livre *Photo Culinaire* — Hicks et Schultz (1995 : 20-21) — dont l'auteur est le photographe Javier Sarda. Cette photo a été commandée par la revue espagnole *Comer y Beber*. Notre analyse sera faite sous l'aspect des trois catégories visuelles proposées par Santaella.



(image 3)

On le sait bien qu'il y a les amateurs de ce mets. Ce sont ceux qui, par exemple, seront touchés facilement par cette composition photographique à tel point qu'elle va leur provoquer des plaisirs gustatifs d'une façon à leur stimuler une mémoire gustative particulière. D'autres, n'aperçoivent que la noblesse de ce plat (ou de cette entrée), car, ou non possède pas un répertoire gustatif, ou l'ont déjà goûté et ne l'ont pas aimé. Il y a aussi un troisième groupe qui n'a jamais vu ou goûté du caviar. Pour ce dernier, la tâche de ce signe photographique sera beaucoup plus lourde.

1. LES FORMES NON-REPRÉSENTATIVES

Ce sont, donc, celles qui n'apportent pas en soi une connexion directe avec ce qui lui est extérieur, c'est-à-dire, elles ne représentent aucun objet identifiable. Elles suggèrent, invitent aux interprétations par son caractère purement qualificatif.

... concernent la réduction de la déclaration visuelles à des éléments purs : tons, couleurs, taches, luminosités, contours, formes, mouvements, rythmes, concentration d'énergie, textures, masses, proportions, dimensions, volumes etc. (Santaella 2001 : 210).

En effet, ce sont ces formes non-représentatives qui vont contribuer à la composition de la photographie gastronomique pour qu'elle soit capable d'offrir le ton, la saveur et le pouvoir de faire réveiller toute l'imagination dans un esprit interprétatif. Ce sont, donc, celles qui sont présentes à n'importe quelle sorte de photographie, qui, même en étant un signe majoritairement indexical, est aussi pleine de qualités. Ces formes non-représentatives n'ont pas toutes seules le pouvoir de représenter son objet, néanmoins, ce « non représenter » possède un haut pouvoir suggestif, imaginatif. « C'est, alors, ce pouvoir qui saisit l'imagination de l'observateur, en lui faisant déchaîner le démon des similitudes » (Santaella 2001 : 211). C'est, en fait, cela qui apporte à l'esprit une infinité de possibilités interprétatives.

Nous allons initier l'analyse de l'image du caviar par les formes non-représentatives. Il faut bien dire que ces formes non-représentatives sont les formes les plus proches de l'abstraction, elles ne représentent pas, mais en revanche, sont celles qui portent toutes les qualités nécessaires au fondement du signe. Pour pouvoir vérifier les potentialités de ces qualités, dans cette reproduction photographique, on peut observer, avant tout, l'aspect de la brillance, et là on peut déjà parler en qualisigne – la qualité ayant déjà un pouvoir, encore faible, de représentation (un quasi-signe) – celui qui se rapporte à l'apparence de ce qui se présente. Ce qualisigne brillance s'incarne dans les ustensiles – pot à caviar, couvercle de ce pot, sous-plat, cuillère -, dans les glaçons, en chacun des oeufs d'esturgeon, dans les gouttelettes d'eau qui figurent à la surface du pot et du sous-plat, en suggérant, outre la fraîcheur de ce mets, le raffinement de ces ustensiles qui brillent comme à des métaux précieux, n'oubliant pas, évidemment, l'aspect de succulence que cette brillance imprime aux oeufs d'esturgeon. Nous pouvons également vérifier le qualisigne texture, incarné dans la nappe et dans la serviette de table qui peut suggérer le tissu avec lequel elles sont composées (le lin), en référence à la finesse qui puisse représenter ce type de tissu. Le qualisigne couleur, dans l'ocre-marron-jaunâtre de toute la composition

photographique, suggérant toute une ambiance chaleureuse. Ces qualités, sont, donc, des aspects germinaux qui excitent le début d'un processus d'interprétation de l'objet du signe et, dans la mesure où elles trouvent un corps, elles acquièrent une forme.

2. LES FORMES FIGURATIVES

Les formes figuratives sont des formes qui fonctionnent comme un double. Ce sont ces « doubles » qui dans la photographie transportent au plan bidimensionnel les répliques d'objets préexistants. Il est évident que pour qu'on puisse obtenir le résultat interprétatif attendu, c'est bien important que ce signe indexical - la photographie - présente une similitude, la plus fidèle possible, avec son référent, son(es) objet(s) dynamique(s), soit dans l'exacerbation des qualités, soit dans la présentation d'images proches à ce qui le signe peut représenter et que l'interprète est capable de décoder. Le rôle joué par les formes figuratives, dit Santaella (2001 :227), est essentiel pour son identification qui présuppose mémoire et l'anticipation dans le processus perceptif. « Dans ces formes [...], les éléments visuels sont mis à service de la vocation mimétique, c'est-à-dire, produire illusion dont l'image figurée est égale ou semblable à l'objet réel ».

Dans une composition photographique de gastronomie, on ne peut pas penser à l'objet du signe seulement dans sa réalité naturelle ou dans son existence dans l'espace externe, « le signe seulement suggère ou fait référence, en créant, pour lui, à l'intérieur du signe, une nouvelle qualité, purement plastique. » (2001 : 229).

Revenons à l'image du Caviar.

Ce sont les formes figuratives, dans cette image, qui clairement composent l'objet photographié. Un interprète peut percevoir tous leurs composants et, conformément à sa compétence interprétative, identifier chaque élément y placé. Un pot en métal pour caviar, un sous-plat en métal, une cuillère en métal, une couverture en métal, une nappe en lin avec ses brodés à haut-relief, une serviette en lin montrant un petit morceau de son monogramme, des glaçons, une portion d'oeufs d'esturgeon. Tous, fonctionnant comme des signes indexicaux. C'est, donc, dans la totalité de ce signe, dans sa composition scénique, que les éléments indexicaux essayent de créer une nouvelle qualité plastique, un univers à part avec ses propres qualités. C'est, alors, le tout (l'ensemble) de cette photo qui pourra faire réveiller une mémoire, dans ce cas-là, surtout d'une ambiance raffinée que de la saveur, elle-même, du caviar, dans une tentative de joindre la sophistication aux plaisirs gastronomiques. On s'aperçoit, de même, les soins spéciaux au montage du décor photographique, c'est-à-dire, les dispositions des ustensiles et la mise en page de la photo. C'est d'une relation de causalité, à partir des lois de l'optique, que l'image apparaît intimement liée au caractère indexical du signe.

3. LES FORMES REPRÉSENTATIVES

Conformément à Santaella et Nöth (1998 : 150-152, *apud* Santaella, 2001 : 246) des « formes visuelles se rendent symboles quand le signifié de leurs éléments ne peuvent être interprétées qu'avec l'aide du code de conventions culturelles », qui, dans la plus part du temps, sont géné-

rées par la fréquence d'utilisation de solutions visuelles représentatives qui étaient, au début, majoritairement iconiques. On parle, donc, en représentation, en formes représentatives.

Étant au niveau de tercité, les formes visuelles représentatives ou symboliques sont très instructives pour pouvoir comprendre la manière avec laquelle la tercité incruste la secondéité et celle-ci, la priméité. En s'agissant de formes, plusieurs fois figuratives, diagramatiques ou même des images, elles maintiennent un niveau indexical accentué, c'est à dire, les figures indiquent quelque chose du monde visible, dont il implique son niveau de secondéité, dénotatif, référentiel. Mais cette référencialité c'est seulement possible parce qu'il y a une similitude évidente, abstraite entre la forme et ce qui elle dénote, dont s'implique son niveau de priméité, iconique, mimétique. Néanmoins, même en maintenant la présence de ces deux niveaux, sur eux, les formes représentatives ajoutent encore un niveau supplémentaire de signification qui ne peut qu'être appréhendée par ceux qui dominant le système de conventions culturelles à partir desquelles les figures s'ordonnent. (2001 : 247).

Dans ce cas-là, pour l'analyse de la photographie gastronomique, cette catégorie de la matrice visuelle c'est extrêmement important, car, pour faire réveiller les plaisirs gustatifs, cette photographie doit créer toute une ambiance qui puisse exciter le répertoire de son récepteur. En s'agissant de la photographie de gastronomie, la forme représentative est toujours renforcée par son entour, par le décor créé, par la disposition des éléments de sa production. Dans cette catégorie de la matrice visuelle, les objets représentés tissent une structure de significations qui vont au-delà des objets eux-mêmes ; c'est à dire, l'objet peut faire réveiller au récepteur, outre la saveur caractéristique du plat, des souvenirs de plaisir, d'un voyage, d'une nuit de passion. C'est, surtout, dans cette catégorie que l'objet dynamique apparaît dans leurs aspects les plus divers. En paraphrasant Santaella (2001 : 248), ces images symboliques « ... sont figuratives, indexicales, dans la mesure où se rapportent... » à la recette (plat) que la photographie veut élucider « ... décor, meubles etc., fonctionnent dans ces images comme des indicateurs... » de l'ambiance et de la saveur des plats. « Sont aussi iconiques parce que présentent une similitude avec ce qui dénotent. Néanmoins, sur ceux deux niveaux de sémiotisation, s'érige un troisième, celui des conventions à partir desquelles l'image s'organise ».

Pour qu'on puisse observer les formes représentatives dans cette image photographique, on doit faire appel aux codes de conventions culturels, aux symboles. Le caviar est un symbole du luxe et, ce luxe, dans cette photo, peut être représenté par le moyen d'une composition scénique où chaque indice se croise pour produire un autre signe représentatif du luxe. On le sait bien qu'un symbole, selon la théorie sémiotique peircienne, apporte en soi des icônes et des indices. Alors, le décor de cette photo est ainsi composé : la nappe en lin avec leurs broderies en haut-relief, la serviette avec son monogramme, les ustensiles qui abritent le caviar, le ton ocre-marron-jaunâtre de l'ambiant, sont tous des signes qui, conformément à la compétence de l'interprète, évoquent la sophistication et le raffinement d'une entrée comme celle de la photo. Ces signes créent une espacialité représentative du luxe, du bon goût et d'une éducation culinaire raffinée, en plus de la saveur du caviar. Nous avons, donc, là, un exemple des figures dénotatives représentant, par moyen de ces signes, conventions culturellement établies.

On peut dire, alors, que les photos gastronomiques ont en commun leur représentativité. En fait, une représentativité qui se construit dans la mesure où les éléments non-représentatifs, figuratifs et représentatifs cherchent à tisser une trame de significations en répondant aux arrangements pensés ou, mêmes fruits de l'hasard, de toute une équipe engagée à l'élaboration d'un signe qui pourra causer à un interprète des effets synesthésiques réveillés par ce langage visuel.

En s'agissant des éléments non-représentatifs, nous avons essayé de démontrer que ce « non représenter », (ce « se présenter »), ouvre un chemin, par moyen d'un univers suggestif, aux futures possibilités interprétatives du signe. Des éléments figuratifs, nous pouvons dire qu'ils sont l'essence, surtout dans la photographie, de ce qui se veut indiquer ; ce sont des images qui apportent à un plan bidimensionnel la copie fidèle d'objets qui sont dans un monde externe à celui du signe. Dans le processus perceptif, les éléments figuratifs jouent un rôle très important en ce qui concerne la reconnaissance et l'identification de l'objet représenté. Pour une plus grande efficacité interprétative du signe, ces éléments doivent se révéler de telle manière qu'ils puissent produire l'illusion que l'image y exposée est égale ou semblable à l'objet réel. Les éléments représentatifs, qui apportent en soi des éléments qualitatifs (non-représentatifs) et des éléments indexicaux (figuratifs), prennent en charge, dans ce signe photographique, son organisation symbolique interprétative. Nous ne devons pas oublier, néanmoins, que cette efficacité interprétative dépendra toujours du répertoire de l'interprète auquel le message est destiné.

Nous le savons bien que les photos sont des signes indexicaux et qu'elles sont aussi pleines d'éléments d'iconicité au coeur de ce signe indexical. C'est-à-dire, il y a des éléments de l'icône pure jusqu'à son niveau de similitude avec l'objet. Et il y a encore un jeu de conventions culturelles qui permet la production d'une représentation plus fidèle de ce qui se veut représenter du réel et que, fréquemment, sont articulées avec l'intention du photographe. Ces conventions culturelles se configurent comme un jeu. Elles sont dynamiques et sont en constants changements ce qui leur permet de composer un chemin créatif et traducteur de sens.

Les ressources sémiotiques de production de la photographie gastronomique sont les responsables pour faire déchaîner et intensifier des plaisirs gustatifs à un esprit interprétatif. Si ce signe visuel arrive à aiguïser, à réveiller, à provoquer d'autres sensations dans une traduction d'un sens à l'autre, si la photographie gastronomique arrive à transformer une stimulation visuelle dans un autre sens, peut-être ceci partage cette responsabilité avec un autre phénomène, qui commence gagner corps dans le monde scientifique, appelé synesthésie — du Grec *syn* (union) et *aesthesis* (sensation) —, alors, nous pouvons dire, dans un premier instant, que synesthésie est l'union (ou même, le mélange) des sens. Phénomène où, dans le cas étudié, par moyen de la vision d'une image photographique, est produit un interprétant qui peut articuler des sensations obtenues et traduites à d'autres organes des sens.

Comment, alors, une stimulation visuelle peut faire déchaîner dans un autre sens les plaisirs du goût, les plaisirs gastronomiques? Une synesthésie du goût qui se produit à partir des souvenirs de ces plaisirs ? Ce mélange de sens nous pose une autre question. Dans quelle mesure ce type de communication — la photographie gastronomique — est lié à la synesthésie et dans quel sens le concept de synesthésie peut collaborer à la compréhension de la structure du langage de ce type de signe, au moyen duquel les plaisirs gustatifs sont évoqués par ce message visuel ?

Une vision sémiotique de ce phénomène peut démontrer comment la capacité synesthésique peut être utilisée à la production et à la réception de messages. Ce qu'intéresse au photographe, à travers le langage spécifique de son métier, c'est d'explorer ce potentiel synesthésique. Le photographe, en supposant que les personnes tendent à interpréter synesthésiquement, crée des images dans l'espoir que son intentionnalité s'accomplisse. Dit d'une manière sémiotique, l'artiste photographique et, évidemment tout et tous ceux qui sont impliqués dans le processus créatif de la construction de cette photographie, essayent, d'une certaine façon, de construire une image/message. Cette construction est régie par causation finale, un complexe concept peircien, où, dans un processus de création, par exemple, quelque chose est guidé par une intention et en même temps reste ouverte aux possibilités de changements ou même aux interférences de l'hasard. Cette posture c'est seulement possible parce que, dans l'élaboration de cette photo, on prend en considération qu'il y a une tendance synesthésique de l'interprète pour la compréhension du message et, donc, les photographes cherchent à faire de la stimulation visuelle la source pour évoquer et ou réveiller d'autres sens.

On le sait bien que notre culture est inondée et moyennée par images qui assument un caractère prépondérant sur les autres sens. La vision, qui est un sens directement lié aux images, a le pouvoir de transformer son énergie électromagnétique dans des impulsions nerveuses, comme nous dit Cytowic (2000 : 54), et qui, synesthésiquement, peut évoquer les souvenirs, par exemple, du goût, des plaisirs du goût.

En outre, la question de la composition photographique doit prendre en considération aussi les aspects liés à l'histoire personnelle et culturelle, enfin à une expérience collatérale, c'est-à-dire, à un particulier répertoire culturel et intellectuel de l'interprète.

Notre aperçu dont la synesthésie se produit dans une semiose peut être soutenue aussi par la lecture que nous avons fait de Mattinglay et al, (2002 : *apud* Sagiv et Robertson 2005 : 57) quand ils disent que les interactions synesthésiques apparaissent après la reconnaissance manifeste de stimulations induites. Nous croyons, donc, que les plaisirs provoqués par une photographie d'un décor gastronomique, se produisent seulement après l'interprète avoir reconnu les stimulations induites par cette représentation.

Le résultat de notre étude nous a amené à conclure que les photographies de gastronomie arrivent à faire réveiller, aiguïser et intensifier les plaisirs gustatifs dans un interprète qui ait déjà un répertoire dans ce domaine. Néanmoins, il nous a été bien claire, que ce sont toutes les ressources sémiotiques de la composition photographique les grandes responsables par la réalisation et l'efficacité de ce message visuel.

Bon appétit à tous!

REFERENCES

- Baron-Cohen, Simon and Harrison, John E. (1997): *Synaesthesia: Classic and contemporary Readings*. Cambridge: Blackwell Publishers.
- Barthes, Roland (1980): *La chambre claire: note sur la photographie*. Paris : Éditions de l'Étolie, Gallimard, Le Seuil.
- Basbaum, Sérgio R. (1998): *Sinestesia, Arte e Tecnologia: fundamentos da cromossomia*. São Paulo: Annablume.
- Braune e Franco (2007): *O que é gastronomia*. São Paulo: Brasiliense.
- Campen, Cretien van (2008): *The Hidden Sense. Synesthesia in Art and Science*. Cambridge (USA), London: The MIT Press.
- Chiachiri, Roberto (2007): *A estratégia de sugestão na publicidade: uma análise semiótica*. Pereira Barreto: Academia Editorial.
- Cytowic, Richard E. (2000): *The Man Who Tasted Shapes*. New York: G.P. Putnam's Sons.
- Dubois, Philippe (1994): *O Ato Fotográfico*. Campinas, Papirus.
- Flusser, Vilém (2002): *A Filosofia da Caixa Preta: Ensaio para uma futura filosofia da fotografia*. Rio de Janeiro: Relume Dumará.
- Harrison, John (2001): *Synaesthesia: The strangest thing*. Oxford: Oxford University Press.
- Hichs & Schultz (1995): *Photo Culinaire*. Paris: EditonsVM.
- Peirce, C. S. (1931-35/1958): *Collected papers of Charles Sanders Peirce*. Ed. by Charles Hartshorne and Paul Weiss, v. 1-8, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press
- Pfützenrueter, Edson do Prado (1992): «O desejo Material: Um estudo sobre o papel do material da criação artística.» Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.
- Sagiv, Noam & Robertson C., Lynn (org.). (2005): *Synesthesia: Perspectives from cognitive neuroscience*. New York: Oxford University Press.
- Santaella, Lucia (2001): *Matrizes da linguagem e pensamento – sonora, visual, verbal*. São Paulo: Iluminuras.
- Santaella, Lucia & Nöth, Winfried (1998): *Imagem: Cognição, Semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras.