

*La gastronomie espagnole d'avant-garde et les médias*  
*Approche intermédiaire des dispositifs culinaires contemporains*

Anne-Claire Yemsi-Paillissé  
ISTHIA – Université de Toulouse  
Laboratoire LL@-Creatis-CERTOP

La gastronomie contemporaine entretient une relation privilégiée avec les médias. Assiettes sur-travaillées, correspondances musicales, sculpturales, picturales, usage des nouvelles technologies, les grands chefs contemporains n'ont de cesse de nourrir leur créativité de la richesse médiatique qui les environne. Ce faisant, ces « cuisiniers-artistes » font non seulement évoluer leur ouvrage, mais aussi les médias qu'ils exploitent et les sujets récepteurs de leur message – les convives des grands restaurants. Car comme le dit S. Mariniello, « le faire du medium, c'est la façon dont le medium rend possible la rencontre entre un sujet et le monde, entre des sujets dans un mouvement qui, à chaque fois, les constitue l'un par rapport à l'autre » (2010 : 26).

Commençons par définir les deux termes qui fondent notre réflexion : la gastronomie et le média<sup>1</sup>. Au sens étymologique<sup>2</sup>, le terme de gastronomie renvoie aux « règles de la bonne chère » (Ory, 2013: 22) issues d'une normalisation des pratiques et des discours sur l'alimentation et la cuisine. Le terme de gastronomie embrasse de fait deux univers distincts et complémentaires : il s'agit à la fois de pratiques culinaires diverses et de l'ensemble des discours critiques –plus ou moins objectifs –sur ces pratiques. Quant au terme de média, polysémique et complexe, nous en retiendrons la définition suivante, élaborée à partir de la pensée d'André Gaudreault et d'Éric Méchoulan : le média est un moyen au service d'une fin, une production culturelle sérielle, singulière et autonome qui peut tout aussi bien « s'incarner » dans un support matériel – un dispositif sensible : le livre, la télévision, la radio, le lecteur MP3... – que dans un milieu –un congrès, un théâtre, une médiathèque... La principale fonction du média est la mise en relation des individus entre eux, dans un lieu et un temps donné.

Aujourd'hui, les médias de la gastronomie sont nombreux, évolutifs et interdépendants. Citons les principaux : d'abord les plus classiques, les médias « plastiques » tels que la peinture –le genre de la nature morte, par exemple –, la sculpture, ou plus récemment la performance, dont Daniel Spoerri, père fondateur du « eat art » dans les années 1970, pourrait être le meilleur représentant. Le média imprimé est encore très dynamique aujourd'hui : on ne compte plus les livres de recettes, les livres de chefs, les revues culinaires spécialisées, les magazines gastronomiques édités chaque année. La gastronomie compte aussi des médias incarnés : les « happenings » et autres rassemblements publics, allant des foires gastronomiques aux plus populaires « disco soupes », ces mouvements solidaires et festifs qui s'approprient l'espace public et le rebut alimentaire dans des objectifs politiques précis. Enfin, de même que les médias patrimoniaux tels les musées, les expositions en tous genres, les bibliothèques ou encore les organismes de certification comme l'UNESCO, les médias académiques comme les lycées

---

<sup>1</sup> Certains auteurs emploient le terme de « medium » au singulier, et de « média » au pluriel. Nous avons préféré uniformiser, en utilisant partout le même terme de « média », au singulier comme au pluriel.

<sup>2</sup> De « gaster », l'estomac ; et « nomos », la mise en règle. Ce terme récent – il apparaît en tant que tel en France au tout début du XIXe siècle – désigne autant des pratiques culinaires multiples et qualitativement diverses que des discours sur ces mêmes pratiques culinaires. Pour plus de détails sur l'apparition du discours gastronomique, nous renvoyons le lecteur à l'article de l'historien P. Ory cité en bibliographie.

hôtelières, les Écoles et les Instituts de cuisine sont les garants de l'institutionnalisation, constitutive – nous l'avons dit – du discours gastronomique. Enfin, n'oublions pas les omniprésents « mass media », depuis – pour reprendre l'expression de Jean-Marc Larrue – les « médias électriques » (2008 : 14) tels que la radio, la télévision – avec leurs cortèges d'émissions culinaires, de télé-réalité et de publicités – jusqu'aux numériques, avec toutes les déclinaisons du web 2.0 – sites internet, blogs et réseaux sociaux de partage de données.

Étant donné que la gastronomie et le média ont des significations très vastes – la gastronomie peut être saisie comme une pratique mais aussi comme discours normé ; les médias gastronomiques sont nombreux et polymorphes – nous choisirons de resserrer notre analyse sur la production gastronomique d'avant-garde dans une aire culturelle et une époque particulières, l'Espagne péninsulaire « post-Bulli » – le célèbre restaurant du chef catalan Ferran Adrià, fermé en 2011 – et au moyen d'un outil, l'intermédialité. Cette approche propose, au lieu de prendre pour objet d'étude les médias en eux-mêmes et pour eux-mêmes, de considérer ce qui se joue *entre* les médias, dans leurs oppositions, leurs similitudes, leurs correspondances, leurs flux.

Ce sont, de ce fait, des formes de gastronomie des plus avant-gardistes et des plus sophistiquées qui constitueront notre objet et notre terrain d'étude ; non pas en raison d'un attrait – que certains pourraient qualifier d'élitiste, voire de révoltant – pour le luxe et l'argent, souvent corrélés à ces productions, mais parce que, d'une part, cette haute cuisine actuelle, particulièrement créative atteint aujourd'hui des sommets de « médiatisation » ; d'autre part, parce que la nature extrêmement complexe et pluridimensionnelle de ces productions appelle à mobiliser des approches innovantes – telles que l'intermédialité – afin de tenter d'en saisir toutes les dimensions.

De ce fait, on se demandera comment la gastronomie espagnole d'avant-garde intègre la complexité et la variété de son environnement médiatique. Quelles dynamiques naissent du croisement des médias gastronomiques ?

Dans un premier temps, nous constaterons la particulière congruence de l'intermédialité avec notre terrain d'étude. Il sera possible de mettre en relation certaines des notions centrales de la pensée intermédiaire avec des tendances fortes de la haute cuisine contemporaine espagnole. Dans une deuxième partie, nous tenterons d'analyser deux dispositifs culinaires, eux-mêmes formés de nombreux médias, avec une approche intermédiaire.

## **1. Intermédialité et cuisine espagnole d'avant-garde**

### **A. Définir l'intermédialité : une gageure ?**

Pour bien comprendre le concept d'intermédialité, on peut le confronter à celui de multimédia, très fréquemment employé pour désigner les productions actuelles. Quelle différence y-aurait-il entre le multimédia et l'intermédialité ? Le multimédia renvoie aux caractéristiques d'un objet – une production culturelle ou artistique – composé de l'assemblage de médias divers. Ces différents médias sont juxtaposés ; ils ne se mélangent pas, ne fusionnent pas. Par exemple, une page web est dite multimédia lorsqu'elle réunit vidéo, musique, publicité sur un même ensemble (la page-écran) ; un spectacle de théâtre contemporain est multimedia, dans la mesure où au-delà du théâtre, il convoque sur scène cinéma, radio, télévision, livre... Enfin, le multimédia renvoie au caractère composite et systémique des médias, dont les caractéristiques, comme l'écrivent A. Gaudreault et P. Marion, « si elles participent pourtant bien d'un média singulier, n'en existent pas moins en dehors de lui, lorsqu'elles ne sont pas elles-mêmes, ces composantes, des médias à part entière » (2006 : 25).

Quant à l'intermédialité, nous l'utiliserons ici dans trois de ses principales acceptions. En premier lieu, l'intermédialité considère un « entre les médias » ou pour reprendre les termes d'E. Méchoulan, « l'intermédialité renvoie au caractère de ce qui se trouve entre des milieux » (22). Ici,

l'intermédialité est saisie comme une approche cherchant à voir et analyser les relations foisonnantes qui peuvent s'établir entre médias et entre média et sujets récepteurs. L'étude intermédiaire induit donc un paradoxe, celui de se placer dans un « entre entre » –entre des médias, qui sont déjà eux-mêmes, de par leur fonction de transmetteurs, des « entre deux ». La notion d'intermédialité peut aussi être utilisée comme un qualificatif qui renvoie à des objets intermédiaires ; par exemple lorsqu'un média principal, un « média hôte » intègre en son sein d'autres médias, il s'agit d'un objet – et d'un processus – intermédiaire. Dans cette deuxième perspective - qui selon nous, n'est en aucun cas opposée à la première acception de l'intermédialité comme approche– on met en avant « la primauté des systèmes de relations sur les objets dans la dynamique et la genèse des medias » et on place « au centre (...) la question de la matérialité des processus médiatiques » (Larrue, 2008 : 14). Ce qui distinguerait aussi le concept d'intermédialité – qui fait primer l'attention aux technologies convoquées et à leur matérialité - de celui d'interartialité, théorisé par Walter Moser notamment, plus ancien et sans doute à l'origine de l'intermédialité, uniquement attentif aux relations et dynamiques entre des formes artistiques, et non pas entre des médias au sens large (Moser, 2007). Enfin, l'intermédialité est aussi un mouvement, une dynamique, en ce sens qu'elle peut amener des médias existants à muter et même à engendrer de « nouveaux » médias<sup>3</sup>.

Nous allons voir comment cette compréhension de l'intermédialité comme approche, objet et dynamique peut permettre de mieux comprendre les dimensions et les tendances de l'art culinaire espagnol récent, dont les productions sont tout à la fois médiatisées –à travers ce que l'on nommera les mass media– multimédia– à travers la co-présence de médias divers – et intermédiaires – à travers les relations que ces médias tissent entre eux.

## **B. La cuisine « technoémotionnelle », tendance forte des avant-gardes contemporaines**

De même que la France a révolutionné le monde des fourneaux dans les années 1960 avec la « Nouvelle Cuisine » de chefs tels que Jean et Pierre Troisgros, Michel Guérard, Paul Bocuse, Alain Chapel ou Alain Senderens, la haute gastronomie espagnole a connu un essor sans précédent dans les années 1980-1990. On ne peut évidemment pas parler de cet « âge d'or » sans se référer à sa figure tutélaire et médiatique Ferran Adrià, « cuisinier artiste »<sup>4</sup>, « alchimiste » (Le Monde 2, 2004) des fourneaux et chef de file d'une cuisine résolument innovante pratiquée dans son restaurant « El Bulli » près de Cadaquès, dont il fut le chef exécutif entre 1987 et 2011. Quelques « stagiaires » devenus de grands noms de la gastronomie actuelle sont passés par ces cuisines : le danois René Redzepi, l'américain Grant Achatz, l'italien Massimiliano Bottura, les espagnols A. L. Aduriz et Joan Roca... D'abord péjorativement affublée par la critique française du qualificatif de « moléculaire », la cuisine issue des enseignements de l'école Adrià fut par la suite désignée par le néologisme déroutant « cuisine technoémotionnelle ». Voici la définition qu'en donne le journaliste gastronomique espagnol Pau Arenos, premier théoricien et défenseur de ce mouvement :

### *Cuisine technoémotionnelle*

*Mouvement culinaire mondial du début du XXIe siècle né à El Bulli (...) L'objectif des plats qui sont servis est de susciter l'émotion du convive, et pour ce faire, de nouveaux concepts, techniques et technologies sont employés. (...) Les cuisiniers prêtent attention aux cinq sens et pas seulement au goût et à l'odorat. En plus de créer de nouveaux plats, le but est d'ouvrir de nouveaux chemins (...) Pour accéder à de nouveaux savoirs, les chefs ont établi un dialogue avec les scientifiques, mais aussi avec des artistes, des architectes, des dramaturges, des romanciers, des musiciens, des cavistes, des artisans, des parfumeurs, des*

<sup>3</sup> Même s'il est illusoire de parler d'un média totalement nouveau, puisque rien ne sourd ex nihilo.

<sup>4</sup> En 2007, F. Adrià, chef cuisinier du restaurant espagnol El Bulli, a été invité en tant qu'artiste, pour la 1ère fois dans l'histoire de la cuisine, à la Documenta de Kassel, grand rendez-vous mondial de l'art contemporain.

*poètes, des journalistes, des historiens, des anthropologues, des philosophes, des designers...*<sup>5</sup> (Arenos, 2011 : 65)

À la lecture de cette définition, les fondements du courant technoémotionnel –dont le berceau serait donc l'Espagne– apparaissent clairement : une dimension interdisciplinaire affirmée, une polysensorialité recherchée, une culture du travail collaboratif au service de l'objectif ultime, qui va bien au-delà de la simple alimentation, de la prouesse technique ou du spectaculaire : le but affiché est de générer le maximum d'émotions pour le convive. Enfin, la définition de Pau Arenos montre à quel point le croisement et l'interaction de médias artistiques avec des médias plus techniques et technologiques est nécessaire à la production culinaire technoémotionnelle :

*Jamais auparavant la technique et la technologie n'ont été aussi capitales. Jamais auparavant il n'a été autant demandé aux cuisiniers, armés de machines jusqu'aux dents, de parvenir à toucher les esprits, les sentiments. La technique comme vecteur de l'émotion.*<sup>6</sup> (Arenos, 2011 : 57)

Certes, on pourra opposer que ce mariage des Beaux-Arts et des techniques est depuis longtemps un élément constitutif de la cuisine –d'où le débat toujours en cours sur la nature artisanale ou artistique de la cuisine– mais jamais dans l'histoire, l'interartialité et l'intermédialité n'ont été à ce point promues par le discours et la pratique gastronomique.

Ainsi, on ne peut pas aborder la cuisine contemporaine d'avant-garde sans s'atteler à l'étude –qu'on ne prétend évidemment pas mener à terme ici –des relations entre les multiples médias, eux-mêmes nœuds de relations, qui les constituent.

### **C. El Bulli, de l'interartialité à l'intermédialité**

Pendant 24 ans, le catalan F. Adrià, en collaboration étroite avec son chef de salle Juli Soler, a tenu le restaurant El Bulli, près de la ville balnéaire de Rosas en Catalogne Nord. Le restaurant a prôné une approche expérimentale du culinaire en adoptant une démarche de recherche très marquée. Comme l'écrit S. Sagot, la démarche de « El Bulli » est d'intégrer à la cuisine les transformations apportées par la modernité et la post-modernité artistiques (Sagot, Dupont, 2009 : 71). En effet, Adrià a repensé non seulement les pratiques du culinaire mais aussi les traditionnelles médiations et les mises en scène du culinaire, en travaillant des médias gastronomiques de plusieurs types : le livre de recettes (média imprimé), la scène de repas et le lieu de restauration (média physiques).

Comme bilan du travail réalisé à El Bulli depuis les débuts en 1987, en 2002 est édité un ouvrage en cinq tomes, qui à première vue, pourrait apparaître comme un livre de recettes. Traditionnellement, le livre de recettes figure parmi les plus anciens médias gastronomiques, les plus vieilles formes tangibles de médiatisation de la cuisine –après la culture orale. Cet objet fixe des recettes en les figeant sur papier pour que les lecteurs puissent les répéter à l'envi. Bien évidemment, F. Adrià s'approprie ce média-support daté –pour le modifier et le « remédier ». Le livre présente un bilan des expérimentations – qui prennent le plus souvent la forme de recettes– menées par l'équipe du restaurant et il couple à ce bilan culinaire une analyse rigoureuse des expérimentations ainsi que des réflexions théoriques et philosophiques sur ces travaux. En fait, la démarche de la série El Bulli semble inversée par rapport à celle que suivent les auteurs de livres de cuisine : Adrià montre des processus de créations en train de se faire, certaines restent même inachevées. À cette dimension très prégnante de « cooking in progress » s'ajoute une forte préoccupation artistique, avec un effort pour présenter de véritables mises en scènes du travail

---

<sup>5</sup> Traduction de l'espagnol au français réalisée par nos soins.

<sup>6</sup> *Idem.*

culinaire, des lumières, des fonds, des couleurs, menées en collaboration avec le photographe officiel du restaurant, Francesc Guillaumet.

Comme le dit F. Adrià lui-même, l'objectif de la série est de faire partager à ses clients « plus qu'une cuisine, mais une philosophie culinaire » (Adrià, 2003 : 167). Enfin, la couverture des ouvrages n'est pas celle d'un livre traditionnel : elle donne à voir un tableau d'ardoise, sur lequel est reproduit une inscription à la craie. Un autre média est ainsi convoqué. À quoi le chef veut-il faire allusion ? Au tableau noir de l'école, c'est-à-dire à une cuisine institutionnalisée, « officielle » universelle et transmissible, ou bien aux tableaux noirs des savants et des chercheurs du siècle passé, chargé de nombres indéchiffrables et de formules mystérieuses ? Le média tableau à la craie renvoie aussi plus prosaïquement aux ardoises utilisées dans certains restaurants dont les menus éphémères sont destinés à être effacés puis réécrits, chaque jour.

En ce sens, le livre de la série El Bulli serait un exemple de détournement et d'hybridation médiatique, avec la co-présence de plusieurs médias dans un seul : photographie, livre de cuisine, tableau d'ardoise. Le média originel –le livre de recettes –ne disparaît pas sous les « nouveaux » médias : la partie centrale du livre est intitulée « les produits, les technologies, les élaborations ». Cette partie s'apparente aux ouvrages de cuisine traditionnels, avec en sus des photographies très travaillées des élaborations. Aussi le livre ne disparaît-il pas mais se trouve enrichi et complexifié. Voilà qui confirme le principe d'ipséité du média, repris par A. Gaudreault à la suite de P. Ricoeur – une identité médiatique est en partie composée de traits permanents (2006 : 28) –, tout en l'infirmant, dans la mesure où avec la série El Bulli, le livre de recettes devient autre chose qu'un livre de recettes. On pourrait parler de « remédiation » ou de « remédiatisation » du livre, à la suite des deux chercheurs J.D. Bolter et R. Grusin. La remédiation est la nécessaire répétition du média ancien dans le nouveau, l'impossible dissolution des caractères du média originel dans un nouvel objet (Bolter, Grusin, 1999 : 65)

Enfin –risquons le jeu de mots– depuis la série inaugurale « El Bulli », les grands chefs signent des livres de recettes qui n'en sont plus vraiment, mais qui pourtant, font recette... Sous l'impulsion de F. Adrià, les frères Roca du restaurant El celler de Can Roca ou A. L. Aduriz du restaurant basque Mugaritz proposent eux aussi des ouvrages du même genre, mi-livres de recettes, mi catalogues d'exposition, en reprenant même parfois – dans la cas du livre des frères Roca – l'esthétique minérale de la couverture de la série El Bulli, cette fois gravée en bas-relief, en guise de clin d'œil au maître Adrià.

## **1. Analyse intermédiaire de dispositifs culinaires**

Nous nous proposons ici d'étudier deux exemples de dispositifs culinaires d'échelle et d'ambition différentes, qui tous deux mettent en résonance et en rapport une grande quantité de médias divers. Quels sont les enjeux et les apports d'une approche intermédiaire de ces objets ?

### **A. « El Gol de Messi », un plat-émotion de Jordi Roca**

Les trois frères Roca, Joan, Josep et Jordi dirigent l'établissement El celler de Can Roca – voisin du bar-restaurant de leurs parents – à Gérone en Catalogne Nord, depuis 25 ans. Le celler est récompensé de trois étoiles au Guide Michelin et a été classé « meilleur restaurant du monde » en 2013 et en 2015, par le classement « 50 Best » de la revue gastronomique *Restaurant*. Au-delà de ces récompenses médiatiques et controversées, le celler de Can Roca est une affaire de famille gouvernée par des héritiers de F. Adrià qui ont désormais trouvé leur identité propre, basée sur le travail soigneux des produits locaux, la recherche et l'innovation, l'interdisciplinarité, et l'unité de lieu en Catalogne. Ces dernières années, les trois frères ont choisi de repousser les barrières normalement assignées à la grande cuisine, en travaillant à des productions culinaires technoémotionnelles et collaboratives que l'on retrouve soit directement sous forme de plats intégrés à leurs menus, soit sous forme de créations éphémères et indépendantes. Ils ont ainsi

œuvré de concert avec des poètes, des musiciens, des designers, des artistes vidéo, et même des bijoutiers et des parfumeurs.

Arrêtons-nous d'abord sur un premier dispositif. Le terme de « dispositif » tel que nous l'entendons nous vient d'un groupe de chercheurs toulousains en Lettres Modernes et Études théâtrales, Marie-Thérèse Mathet, Stéphane Lojkin, Philippe Ortel et Arnaud Rykner qui adaptent à la fin des années 90 le concept de dispositif foucauldien aux champs de la littérature et de l'art en général. Selon P. Ortel, le dispositif est constitué de trois niveaux articulés et superposés : le niveau géométral ou technique (la disposition des éléments organisés dans l'espace par la fiction), le niveau pragmatique ou scopique (l'interaction de plusieurs actants sous le regard du spectateur), le niveau symbolique (valeurs sémantique et axiologique associées à l'organisation spatiale). Il se définit comme un « réseau de moyens hétérogènes agencés de façon à produire, dans un espace-temps donné, des effets de sens sur le récepteur » (Ortel, 2008 : 46).

Le « gol de Messi » (littéralement « le but de Messi ») est un dessert qui est apparu durant seulement deux jours sur la carte du restaurant en 2011. Imaginé par Jordi Roca, le pâtissier de la fratrie, ce dessert fut le plat étoilé lors de l'étape argentine du *Gourmet Tour* des trois frères en 2014. Un dessert « pop up » donc, éphémère et déroutant, qui apparaît par surprise sur le menu et disparaît presque aussitôt. Ce plat présente d'une part une sorte de cristallisation de la cuisine technoémotionnelle et d'autre part il intègre à lui seul une diversité intéressante de médias. L'objectif recherché est de « congeler un sentiment » (Jordi Roca), de figurer dans un dessert un état d'âme, une émotion, celle que les amateurs de football –et en l'occurrence ici les fans du joueur argentin Lionel Messi –peuvent ressentir devant un tir au but particulièrement réussi de leur idole.

Sur la table, se trouve le plat : un demi-ballon de football –demi sphère qui évoque le ballon rond –tapissé d'une pelouse factice parfumée d'une liqueur à l'odeur de gazon, avec à l'intérieur, délicatement posé sur un présentoir translucide, un gros bonbon fourré à la confiture de lait –le « dulce de leche » si apprécié des argentins –et qui évoque un petit ballon de football. Quant aux défenseurs du but adverse, ils sont figurés par deux petites guimauves à la menthe et à la mangue. On a enfin un bol contenant une crème de fruit de la passion avec une sauce bergamote, des roches de citron vert effervescent, des feuilles de menthe caramélisées et un granité citron, le tout recouvert d'un fragile filet en sucre qui évoque les cages où le but sera marqué. À côté de ce dessert aux allures de sculpture culinaire, un petit lecteur MP3 reproduit la voix de Joaquin María Puyal, présentateur enthousiaste dont les commentaires frisent l'hystérie au moment des buts, et un haut parleur pour amplifier le son.

En même temps que les serveurs mettent en marche le lecteur MP3, ils indiquent au convive le parcours de dégustation proposé : le convive doit d'abord « manger » –au propre et au figuré – les défenseurs en guimauves l'un après l'autre, puis progresser en se saisissant du petit ballon et le lancer dans la cage, rompant ainsi le filet en sucre pour savourer à la petite cuillère le contenu de la cage-bol, véritable feu d'artifice de saveurs suaves et acidulées<sup>7</sup>.

Ce plat-expérience convoque tous les sens du convive dans un dispositif intermédiaire humoristique, ludique et participatif. Dans les captations vidéo de la prise de ce dessert, on constate que les personnes autour de la table, à la fois spectatrices et actrices du « but de Messi », sourient ou rient tout au long de l'expérience.

Le son enregistré dans le MP3 médiatise un moment télévisuel d'anthologie : un but de Messi. On a donc un média technique, le MP3 qui renvoie in absentia à la télévision, un autre média électrique, plus ancien et populaire. L'image télévisuelle est invisible mais elle est tout entière évoquée et reconstituée par le dispositif polysensoriel posé sur la table de restaurant : le reproducteur de son s'adresse à l'ouïe du convive et le plat au toucher, à la vue, à l'odorat, au

---

<sup>7</sup> Nous renvoyons le lecteur à la captation de l'expérience en image et sons, consultable à l'adresse <<http://fondodeolla.com/gol-de-messi-el-celler-de-can-roca/>>

goût, enfin. Le dispositif technique – le MP3 – est donc largement complété par le dispositif artistique, création étrange et inclassable entre installation, sculpture et plat gastronomique.

Le but de Messi nous fait aussi entrer dans une sorte d'archéologie des médias ; du plus ancien au plus moderne, les frères Roca font cohabiter un média classique, l'assiette gastronomique avec un média digital contemporain, qui lui-même renvoie au passage à un média électrique plus ancien : la TV. L'assiette elle-même voit ses fonctions premières de satisfaction de besoins physiologiques et de lien social détournées au profit de la génération d'une véritable scène en trois dimensions, la scène d'anthologie télévisuelle.

Aussi, même si l'on perçoit bien la dimension « d'exercice de style » de ce dessert, on soulignera la capacité des frères Roca à imbriquer des médias artistiques et technologiques pour générer à table une scène immersive, drôle et savoureuse.

## **B. « El Somni », opacité ou transparence des médias ?**

Pour terminer notre analyse intermédiaire des productions gastronomiques contemporaines en Espagne, mettons à l'épreuve de notre terrain d'étude les notions intermédiaires d'« opacité » et de « transparence » des médias développées par J. D. Bolter et R. Grusin dans leur ouvrage précédemment cité *Remediation, understanding new media*. Car au-delà des modalités d'imbrication, des correspondances ou des oppositions entre médias au sein d'une production gastronomique, une autre question peut être celle du degré de visibilité ou d'invisibilité de ces médias, diversement impliqués dans ladite production. Selon les deux auteurs, il existe deux principales tendances de l'intermédiation: celle qu'ils appellent « hypermediacy », que nous traduisons par opacité du/des médias<sup>8</sup> et celle d'« immediacy », ou transparence du/des médias.

### **L'apparente transparence des médias**

« El Somni » est un gros projet polymorphe et pluridisciplinaire commencé en 2014 sous l'impulsion des frères Roca (El celler de Can Roca) et du vidéo artiste Fran Aleu. « El Somni » (qui signifie « le rêve » en catalan) englobe à la fois une exposition de photos d'art, un livre qui raconte la genèse du projet, un site internet, une carte de restaurant comprenant des plats inédits et enfin un grand « dîner performance » servi au printemps 2014 à Barcelone.

Le point d'orgue d'El Somni est le dîner performance, auquel sont conviés quelque douze « happy few », éminents critiques gastronomiques, artistes ou savants réputés, célébrités du monde du show business. Le dîner plonge les hôtes dans un univers fantasmatique et polysensoriel complexe, et leur raconte – sous la forme d'un opéra tragique gastronomique – une histoire d'amour et de haine, avec des plats, des mets, des musiques et des images créées pour l'occasion<sup>9</sup>.

À première vue, les créateurs de El Somni prétendent plonger les convives du « rêve » dans une expérience totale. Pour cela, le format de l'opéra – œuvre d'art « total » par excellence – a été retenu comme fil rouge narratif, esthétique et musical. Les frères Roca et F. Aleu entendent aussi supprimer le plus possible les médiations et les ruptures d'illusion. Au niveau technique, les écrans sont omniprésents : à la verticale et placés à 360 degrés autour de la table ronde, ils ferment le dispositif en créant une sorte de salle de cinéma circulaire ; à l'horizontale, incrustés dans la table ronde, tout est pensé pour que l'image soit omniprésente. Plusieurs hauts-parleurs sont aussi disposés tout autour de la table. Cet énorme dispositif technique vise à plonger les convives dans une réalité virtuelle faites d'images et de sons, et dans laquelle les médias seraient rendus transparents. C'est bien là un des objectifs de l'immediacy tels que Bolter et Grusin les

---

<sup>8</sup> Le terme d'hypermediacy a pu être traduit par opacité pour désigner les cas où les media opacifient le regard de l'observateur, en venant se manifester, s'interposer, entre le sujet et l'objet.

<sup>9</sup> Nous renvoyons le lecteur au à la vidéo de présentation de l'opéra gastronomique, disponible en suivant le lien <[https://www.youtube.com/watch?v=ckxZnzca7\\_c](https://www.youtube.com/watch?v=ckxZnzca7_c)>

définissent : « placer les observateurs dans le même espace que les objets observés »<sup>10</sup>(1999 : 11). Pas de recul, pas de médiation : le spectateur est plongé au cœur de l'expérience, de l'image, du son, il devient un élément de l'expérience. Ainsi l'expérience proposée dans *El Somni* est d'autant plus immersive que les hôtes sont placés à l'intérieur du cadre de scène, au milieu des écrans et des sons qui convergent vers eux.

Ajoutons que l'expérience gastronomique amène les invités non seulement à voir et à entendre l'objet, mais aussi à le sentir, le goûter. Ils sont par exemple amenés à incorporer symboliquement des images et des sons. À un moment du dîner, un mandala indien est projeté à l'écran, il s'anime tel un kaléidoscope ; l'image abstraite et onirique devient une réalité tangible peu après, lorsqu'est servi à table un plat dont le dressage s'inspire du mandala, et qui contient des bouchées d'agneau grillé, des mousses et émulsions fuitées, et des fleurs comestibles.

### **Une transparence réversible**

J. D. Bolter et R. Grusin soulignent un paradoxe récurrent : la volonté de certains créateurs ou concepteurs de rendre les médias transparents –pour que les spectateurs soient plongés dans l'expérience –fait paradoxalement ressortir les médias en question. En effet, par la curiosité qu'il constitue, par la conscience que le récepteur en acquiert, l'effacement des médias les rend éloquentes : « Même si chaque média porte en lui la promesse de réforme de ces prédécesseurs en offrant une expérience plus immédiate ou plus authentique, cette promesse de réforme nous conduit inévitablement à devenir conscients que le nouveau média est un média. Ainsi, la transparence conduit à l'opacité »<sup>11</sup>(Bolter, Grusin, 1999 : 22).

Dans *El Somni*, le fil narratif est amené par endroits à se rompre. À leur arrivée et leur installation au cœur du dispositif, les convives traversent à pied quelques salles du Centre d'art Santa Mònica de Barcelone –le lieu où le dîner-performance a été mené. En chemin ils découvrent, en plus d'œuvres picturales et photographiques accrochées dans les salles qu'ils traversent, des câbles nécessaires à l'alimentation électrique de l'installation et une partie des coulisses du dispositif : dos des écrans et des haut-parleurs, ainsi que vidéoprojecteurs. Les convives ont ainsi un aperçu de la machinerie nécessaire à la performance à laquelle ils vont assister.

Du fait de l'évidence des médias techniques et technologiques – nous utilisons le terme « évidence » au plus près de son sens étymologique, du latin « videre », « voir » –, les hôtes ont accès à l'œuvre *El Somni* comme un macro-processus. Cette dimension de « work in progress » est fondamentale dans la pensée technoémotionnelle héritée de F. Adria. Ce cuisinier est en effet connu pour chercher sans relâche et pour accorder autant d'importance au cheminement de l'idée qu'à sa réalisation tangible. L'opacité est définie de la sorte par W. Mitchell, cité par J. Bolter et R. Grusin : « C'est un style visuel qui, (...) 'privilégie la fragmentation, l'indétermination, et l'hétérogénéité et qui met en exergue le processus ou la performance en cours plutôt que le produit artistique fini'. »<sup>12</sup>(Ibid. : 31)

Lorsque les serveurs – même s'ils se font aussi discrets que possible– viennent lever la table ou apporter de nouveaux plats, les hôtes sortent de l'état d'immersion dans la réalité virtuelle de l'opéra gastronomique pour se retrouver dans le contexte plus connu et classique du restaurant. Ce sont là des exemples de ruptures, coupures, qui d'après Bolter et Grusin sont inévitables, même dans les technologies immersives les plus avancées (Ibid. : 22). Comme s'ils

---

<sup>10</sup> « To put the viewers in the same space as the objects viewed ». Traduction de l'anglais au français réalisée par nos soins (en l'absence de traduction officielle du livre de J.D. Bolter et R. Grusin).

<sup>11</sup> « Although each medium promises to reform its predecessors by offering a more immediate or authentic experience, the promise of reform inevitably leads us to become aware of the new medium as a medium. Thus, immediacy leads to hypermediacy. » Traduction de l'anglais au français réalisée par nos soins.

<sup>12</sup> « It is a visual style that, (...) 'privileges fragmentation, indeterminacy, and heterogeneity and emphasizes process or performance rather than the finished art object'. » Traduction de l'anglais au français réalisée par nos soins.



étaient conscients de cette aporie et de l'impossibilité d'avoir un dîner-performance intégralement immersif, les frères Roca et F. Aleu ont placé à un moment de l'histoire projetée l'image et le son d'une vitre qui explose en mille morceaux, comme une cassure volontaire dans l'immersion. On retrouve dans la définition de l'« hypermediacy »— l'opacité – une volonté similaire de visibilité, de mise en évidence délibérée du média, cette représentation visuelle « dont l'objectif est de rappeler à l'observateur la présence du média. »<sup>13</sup> (Bolter, Grusin, 1999 : 272)

Enfin, une des dimensions fondamentales du culinaire rejoint une des conséquences essentielles de l'« hypermediacy » : c'est la dimension hédonique. De même que les convives d'un repas de haute gastronomie prennent généralement du plaisir à l'activité, de même le fait de percevoir l'acte de médiation et de prendre conscience que l'on s'y plonge est une source de plaisir et de fascination pour le sujet.

Du point de vue des médias et de leurs relations, El Somni est donc une expérience tout à fait paradoxale qui oscille entre « immediacy » et « hypermediacy » sans pencher définitivement pour un camp ou un autre et qui juxtapose une multiplicité de médias sans qu'il y ait entre eux une pénétration ou une modification particulière des paramètres ou des caractéristiques de chacun. Aucun média n'est modifié dans El Somni, cependant il semble que certains médias, du fait de leur caractéristique invasive – comme l'écran – aient une présence et une attractivité plus marquée sur les convives. Nous avons en effet constaté une pauvreté et une précarité des interactions entre les convives du dîner, sur-stimulés par leur environnement. La quasi omniprésence médiatique fait courir le risque de priver le culinaire d'une de ses dimensions essentielles, ou du moins de modifier une de ses caractéristiques premières : la commensalité. En effet le fait de manger à la même table (« mensa » en latin) avec d'autres personnes est une activité créatrice de liens de nature diverse –parenté, fraternité, intimité, ou comme l'écrit l'anthropologue C. Fishler « Si manger un aliment nous change un peu en lui, alors la partage d'une même nourriture nous fera davantage nous ressembler les uns aux autres » (Poulain, 2012 : 274). El Somni en appelle à questionner une des fonctions anthropologiques les plus fondamentales du repas qui, au-delà de sa fonction nutritive première, est propice au lien social et à la relation interpersonnelle.

L'utilisation convergente de différents médias mis au service d'une œuvre commune fait beaucoup d'émules dans la sphère de la haute gastronomie actuelle. Les salles de restaurants immersives sont en effet en train de se multiplier à travers le monde : citons le restaurant « Ultraviolet » du français Paul Pairet à Shanghai ou « El taller » du chef madrilène Paco Roncero, ou encore « Heart », la récente expérience de F. Adrià avec la compagnie du Cirque du soleil à Ibiza. Si le propre d'un média est de s'institutionnaliser pour amener à former une « série culturelle ayant un certain degré d'autonomie » (Besson, 2014 : 6)<sup>14</sup>, le restaurant immersif est sans doute en passe de devenir un nouveau média contemporain de la gastronomie.

---

<sup>13</sup> « whose goal is to remind the viewer of the medium. » Idem pour la traduction.

<sup>14</sup>L'article de Remy Besson « Prolégomènes pour une définition de l'intermédialité à l'époque contemporaine » qui définit les référents de média notamment de la façon suivante : « Un média équivaut à une série culturelle qui a acquis un certain degré d'autonomie ». Cet article a été rédigé dans le cadre du programme de recherche Réinventer le Média Congrès RIMEC, financé par l'Agence Nationale de la Recherche en France. Ce programme a pour objectif d'innover dans le domaine du congrès, compris comme média, à travers l'intermédialité et les arts. L'entreprise Europa Organisation et le laboratoire de recherche LLA collaborent au sein de la plateforme Création et Innovation Sociétale <<http://criso.univ-tlse2.fr/>>.

## Conclusion

La cuisine « technoémotionnelle » (Pau Arenos) pratiquée par certains cuisiniers de l'Espagne contemporaine tels que Ferran Adrià ou les frères Roca intègre des médias divers (anciens, nouveaux ; artistiques, technologiques ; électriques, digitaux) qui sont amenés à entrer étroitement en relation dans des dispositifs culinaires tels que le plat émotion intitulé « el Gol de Messi », ou l'opéra gastronomique « El Somni ». Ces dispositifs vont stimuler les cinq sens des convives –la vue, l'ouïe, l'odorat, le goût et le toucher –dans le but d'amplifier l'expérience sensorielle du repas et les émotions ressenties. Les convives sont ainsi plongés dans une expérience de « sensualité augmentée ».

L'analyse intermédiaire de certains dispositifs, notamment l'opéra gastronomique, a amené à poser la question de la visibilité de la médiation. À première vue, l'expérience de sensualité augmentée cherche dans un premier temps à effacer les médias, à les rendre transparents pour faciliter la plongée du sujet récepteur dans la réalité virtuelle recréée. Cependant, un dispositif gastronomique tel que le restaurant immersif – une des tendances de la gastronomie d'avant-garde actuelle –semble aussi dans le même temps désigner les nombreuses médiations qui le composent, pour le plus grand plaisir des convives. La transparence et l'opacité des médias se conjuguent dans ces dispositifs.

Enfin, l'approche intermédiaire est particulièrement utile et fructueuse lorsque l'on aborde l'étude des productions de haute gastronomie contemporaine à la résonance médiatique impressionnante. Prenons le restaurant de Ferran Adrià, « El Bulli » : restaurant à l'origine, il a donné son nom à une série de livres à mi-chemin entre le livre de cuisine, la réflexion philosophique et le livre d'art puis à une fondation et à un musée. Aujourd'hui F. Adrià et une équipe de 80 personnes sont en train de finaliser un macro-projet d'encyclopédie culinaire en ligne, la « Bullipedia ». C'est dans cette lignée que s'inscrivent sans fard les frères Roca, héritiers et successeurs d'Adrià. Dans le cadre des 25 ans du restaurant, un très imposant ouvrage reprenant le parcours de création des trois chefs a été publié. En 2014, le projet El Somni a vu le jour : un livre, un site internet, une exposition, un film et enfin un opéra performance gastronomique sont les produits de cet impressionnant travail collaboratif et transdisciplinaire.

Le terme d'« étoilement transmédiatique » utilisé par A. Gaudreault et P. Marion (2006 : 30), semble le plus approprié pour désigner ce qui se joue dans ces complexes phénomènes médiatiques, emboîtant synchroniquement des médias aussi divers que le livre, le web, le cinéma ou la performance pour produire des objets qui sont tout à la fois de la recherche théorico-artistique, de l'expérimentation culinaire et du marketing viral.

## Ouvrages cités

Adrià, Ferran. « Au goût et à l'œil », in *Minotaure*. N°1, printemps 2003, pp. 166-167.

Arenos, Pau. *La cocina de los valientes*. Barcelona : Ediciones B, 2011. Imprimé.

Besson, Rémy, « Prolégomènes pour une définition de l'intermédialité à l'époque contemporaine ». 2014. <hal-01012325v1>

Bolter, Jay David, Grusin, Richard. *Remediation, Understanding new media*. Cambridge : MIT Press, 1999. Imprimé.

Gaudreault, André, Marion, Philippe. « Cinéma et généalogie des médias », in *Médiamorphoses*, n°24, 2006, pp. 24-30.

Larrue, Jean-Marc. « Théâtre et intermédialité, une rencontre tardive », in *Intermédialités : histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques / Intermediality: History and Theory of the Arts*. Literature and Technologies, n° 12, 2008, pp. 13-29.

Le Monde 2, « Ferran Adrià, L'Alchimiste, est-il le plus grand cuisinier du monde ? », n° 18351, 25/01/2004, p. 1.

- Mariniello Silvestra. «L'intermédialité : un concept polymorphe», in *Intermedia. Études en intermédialité*. Paris : L'Harmattan, 2010.
- Méchoulan, Éric. «Intermédialités: Le temps des illusions perdues», in *Intermédialités*, n°1, Printemps 2003, pp. 9-27.
- Moser, Walter. «L'interartialité : pour une archéologie de l'intermédialité», in *Intermédialité et socialité: histoire et géographie d'un concept*. Münster : Nodus Publikationen. Coll. « Film und Medien in der Diskussion », vol. 14. 2007, pp. 69-92.
- Ortel, Philippe (éd). *Discours, image, dispositif*. Paris : L'Harmattan, 2008. Imprimé.
- Ory, Pascal. « Le discours gastronomique », in *Le repas gastronomique des français*. TDC N° 1064, 2013, pp. 22-23.
- Poulain, Jean-Pierre (éd). *Dictionnaire des cultures alimentaires*. Paris : PUF, 2012. Imprimé.
- Roca, *El Celler de Can Roca, el libro*. Barcelona : Libbooks, 2013. Imprimé.
- Sagot Stéphanie, Dupont, Jérôme. « Un post-modernisme culinaire? Mise en oeuvre et mise en scène chez Michel Bras et Ferran Adrià », in *Cultures et musées, scènes et scénographies alimentaires*, n°13, 2009, pp. 71-89.