

## « A quoi sert le goût ? »

### 4<sup>èmes</sup> Rencontres du Groupe de Réflexion sur l'Obésité et le Surpoids, Paris, 30 novembre et 1<sup>er</sup> décembre 2006

Compte-rendu par Virginie Lanouguère-Bruneau,  
Anthropologue,  
Chargée de cours à Paris V.

#### « *Prenez le temps, taisez-vous, goûtez.* »

Michel Serres. Les Cinq sens. Grasset, 1985.

A quoi sert le goût ? La question a été posée par le GROS (Groupe de Réflexion sur l'Obésité et le Surpoids) qui a tenté d'y répondre au cours de ses 4<sup>èmes</sup> rencontres qui se sont tenues à Paris. La première journée était organisée autour d'ateliers qui ont abordé des thèmes tels que les sensations alimentaires, la clinique du goût, les aspects du goût, le goût du mouvement et la démarche proposée en thérapie psychomotrice, l'estime et l'affirmation de soi et le travail sur la stigmatisation ; enfin, une approche psycho-dynamique de l'obésité et des troubles du comportement alimentaire. La seconde journée a donné la parole à divers intervenants qui ont exposé leurs réflexions ou les résultats de leurs recherches sur le sujet.

Une approche particulièrement innovante et riche : étudier le goût est d'abord un travail utile car il permet aux diététiciens et psychothérapeutes d'aider leurs patients à comprendre et corriger les dysfonctionnements du comportement alimentaire conduisant au surpoids ou à l'obésité.

Ulla Menneteau, diététicienne (Riom), a montré comment les aliments sont « bons à penser » et relèvent d'une mémoire olfactive inconsciente, liée au groupe d'origine. Mais les aliments sont aussi « bons à manger » quand ils sont bénéfiques pour la santé. Manger répond ainsi à deux types de régulation : l'« homéostasie énergétique », qui permet de soulager la faim et dans laquelle le goût renseigne le corps sur la quantité nutritionnelle absorbée. Lorsque le corps est rassasié, le plaisir gustatif diminue. Mais le corps réagit aussi à l'« homéostasie émotionnelle ». Le repas peut être arrêté lorsqu'il a apporté des sensations agréables. S'il n'a pas de plaisir, le corps ne donne pas le signal de satiété. Ce plaisir relève de différentes perceptions (corporelle, stimulations sensorielles, souvenirs digestifs, etc.) qui au total doivent être positives pour apporter la satiété et la bonne absorption des nutriments. Lorsqu'un aliment est perçu négativement, comme c'est parfois le cas avec le sucre ou les graisses, le mangeur se persuade qu'il ne l'aime pas et évoque trois sortes de dégoût : sensoriel (sensation désagréable en bouche), cognitif (idée culturelle de ce qui est consommable) et associé (rejet associé aux suites de l'ingestion). Ainsi, certains aliments qui sont « bons à manger » peuvent être « mauvais à penser » et générer des émotions négatives. A contrario, certains aliments peuvent être « trop bons à penser » : ce sont ceux qui sont présentés comme

« obligatoires » pour garder ligne, santé, beauté et qu'on mange aussi pour en éviter d'autres dont on craint les effets. La surconsommation d'aliments trop pensés, trop fonctionnels est largement due à la peur. Il devient alors difficile d'écouter le corps. Ainsi, le meilleur moyen d'aider un patient qui connaît des problèmes de poids, est de rendre les aliments suffisamment « bons à penser ». Ni trop, ni trop peu.

Pour donner la juste mesure à chacun des aliments, Katherine Kureta-Vanoli, également diététicienne (Clamart), a présenté une approche étonnante de l'éducation gustative comme outil thérapeutique pour lutter contre l'obésité et le surpoids. Partant du principe que la famille joue un rôle fondamental dans la construction de la palette gustative et olfactive, elle fait prendre conscience à ses patients des liens affectifs qui les lient à certains aliments et certains plats. Elle leur propose ensuite à une séance de dégustation, où l'aliment apporté par le patient est examiné par tous les sens : vue, toucher, odorat, goût ainsi que par les sentiments qu'il provoque. Cette fine analyse d'un aliment important pour le patient génère une prise de conscience de la complexité du goût et surtout, l'expérience leur apprend à être attentifs à ce qu'ils mangent et à comprendre les messages de leur corps. En apprenant à goûter les aliments envers lesquels ils ont parfois des comportements compulsifs, les patients apprennent à prendre conscience de leurs émotions, de leur satiété et de leurs besoins. Ils font ainsi l'expérience d'une nouvelle approche des nourritures, qui les aide à construire une relation modérée à l'alimentation.

Mais cet exercice de dégustation se trouve confronté à un problème de vocabulaire, comme l'a souligné Agnès Giboreau qui a travaillé avec Danièle Dubois. S'il est facile de décrire une couleur, cela devient plus difficile pour les odeurs et nettement problématique pour le goût. Il n'existe en effet que quatre termes pour décrire le goût (sucré, salé, acide et amer) et le mangeur qui s'y essaie, fait le plus souvent référence aux arômes ou à la texture des aliments. Décrire un goût nécessite de faire intervenir une polysensorialité, c'est-à-dire un ensemble de sensations (olfactive, tactile, somesthésique, auditive, etc.). De plus, une interprétation cognitive influence la description du goûteur, selon ses souvenirs, ses valeurs, comme l'illustre parfaitement Proust avec sa fameuse madeleine. Une expérience a ainsi été menée par Agnès Giboreau et Danièle Dubois, qui visait à montrer la différence de description entre un panel entraîné de goûteurs et un panel de consommateurs. Tandis que des catégories perceptives ont été définies pour les goûteurs avec des normes collectivement apprises, les descriptions données par les consommateurs sont nombreuses, complexes, polysémiques et idiosyncrasiques. De plus, les goûteurs décrivent le sens du goût à travers des références scientifiques et des catégories définies et formalisables, tandis que la diversité des pratiques culturelles et fonctionnelles ainsi que l'instinct s'imposent chez les consommateurs. Enfin, les appréciations sont structurées par des repères scientifiques (bourgeon, papilles, molécules, etc.) chez les goûteurs, tandis que le discours est beaucoup plus diversifié chez les consommateurs et fait appel aux aliments eux-mêmes, à leurs usages ou à leurs effets. Ainsi, il existe deux rhétoriques autour du goût : tandis que les goûteurs utilisent un discours normé comme outil de description, les consommateurs ont un discours beaucoup plus individuel. Ces expériences démontrent que la recherche de la diversité et du plaisir l'emportent sur la satisfaction d'un simple « besoin naturel » et que les humains loin de se nourrir pour survivre, s'alimentent de produits qu'ils cultivent, cuisent, cuisinent.

Outre la pauvreté du vocabulaire, la difficulté de parler du goût vient aussi de ce que sa perception est différente d'un individu à l'autre, en raison de la diversité des récepteurs

gustatifs, comme l'a mesuré Annick Faurion, neurophysiologiste<sup>1</sup>. Les célèbres papilles contiennent en effet des cellules sensorielles qui se renouvellent, ce qui permet de faire face aux agressions pluriquotidiennes. Les papilles fongiformes hébergent non seulement les cellules gustatives, mais aussi les terminaisons nerveuses du trijumeau qui analysent par exemple la température, la texture, ainsi que la sensibilité trigéminal chimique (piment, poivre, acide piquant). Chaque cellule du bourgeon gustatif répond à des ensembles variés de stimulation mais avec une amplitude différente. Le codage du goût résulte des amplitudes relatives de réponses dans des ensembles de cellules. Des expériences ont ainsi montré que le système gustatif est capable de différencier le saccharose du maltose, du fructose, du glucose, etc. Tandis que les cellules *discriminent* les molécules, le vocabulaire les regroupe et les *catégorise* sous le seul terme « sucré ». De plus, la stimulation du goût génère des réactions du cerveau dans des zones en relation avec le langage. Le codage du goût renvoie ainsi à un ensemble de sensations, où la perception n'est pas constante mais relève d'un conditionnement, ce qui a été clairement démontré dans des expériences avec des animaux. La familiarisation accroît notre sensibilité à un goût nouveau. Par ailleurs, le sectionnement du nerf lingual, les extractions dentaires, le fait de fumer ou encore les chimiothérapies modifient la perception du goût. Ainsi, chaque individu « voit » l'espace gustatif selon son propre point de vue.

De plus, la perception du goût varie avec le temps et dans l'espace. Georges Carantino, historien, a reconstitué l'histoire des quatre catégories de saveur (salé, sucré, amer et acide) nées au XVII<sup>ème</sup> siècle et dont nous sommes aujourd'hui prisonniers. L'amer a ainsi longtemps été en France une saveur mal aimée, car elle était culturellement chargée de sens (héritage de la sensibilité des Protestants du Bordelais), par opposition au sucré qui relevait du naturel. Pourtant en Italie, la combinaison des deux, amer et sucré, était hautement valorisée. Le cacao, importé en Europe par les Espagnols, a dû être mélangé à du sucre pour donner une boisson acceptable, le chocolat. L'identité gustative de l'Europe tourne ainsi autour du sucre, ce qui n'est pas le cas dans d'autres aires géographiques. Par exemple, le Japon est le pays du salé et des légumes fermentés. Le sucre n'y a été importé que tardivement. Introduit en France par les Arabes pendant le Moyen-âge, le sucre est d'abord réservé aux apothicaires et aux élites. Dans la théorie des humeurs (froid/humide/chaud/sec), le sucre était associé au chaud et au sec, comme en témoigne la fabrication de sirop contre le rhume, qui corrigeait l'excès de froid et d'humidité du corps. Dès le Moyen-âge, le sucre était plus utilisé dans le reste de l'Europe qu'en France qui se distinguait par une séparation du salé et du sucré, ce dernier apparaissant en fin de repas. Toute l'histoire du sucre tourne autour de son blanchiment, le « blanc manger » étant très recherché. Tandis que les ouvriers parisiens déjeunaient d'une soupe au XIX<sup>ème</sup>, au XX<sup>ème</sup> siècle, le café au lait sucré fait son apparition pour le premier repas du matin et devient le signe d'une ascension sociale. Au prestige du gras, fait suite celui du sucre. Aujourd'hui, les valeurs s'inversent et la cassonade ou le pain complet (non purifiés) deviennent des aliments de luxe et de distinction sociale. Car, comme le conclue Georges Carantino, si on a des risques de se ressembler, on cherche à se démarquer. L'histoire du goût relève ainsi de l'évolution des valeurs sociales.

De même, Jean-Pierre Corbeau a montré que la culture influence la perception du goût. Il distingue le goût « de », qui peut servir deux types de pouvoir (celui d'une science qui

---

<sup>1</sup> André Holley a également étudié les réactions physiologiques en jeu dans son article *Système olfactif et neurobiologie* publié dans le numéro spécial de la revue **Terrain** (septembre 2006) consacré aux odeurs.

ignore la dimension humaine et celui d'une démarche purement commerciale), et le goût « pour » (qui relève d'une socialisation gustative). Cette socialisation gustative marque l'appartenance à une classe sociale, à une région d'origine et à l'un ou l'autre sexe. Faisant référence aux travaux de David Le Breton<sup>2</sup> et de Matty Chiva, J.P. Corbeau souligne la complexité et la polysémie du goût. Le goût permet de définir l'altérité ou d'accepter d'entrer dans une identité culturelle. Le métissage du goût relève, non pas d'une acculturation, mais d'une acceptation des différences. Le métissage peut être *imposé* par la domination de l'autre (logique de la mondialisation) ou par une offre prédominante (émergence de nouveaux goûts, en particulier de l'amer). Le métissage peut aussi être *désiré* (réflexivité jubilatoire) ou encore *impensé* (besoin de se retrouver une filiation). L'idée de « réflexivité jubilatoire » a suscité une profonde interrogation de la part des auditeurs et J.P. Corbeau a souligné que cette thématique qui n'était pas nouvelle, relevait d'un rapport intellectualisé à l'aliment. En bon vivant, J.P. Corbeau a alors conclu qu'il fallait renverser le problème : faire passer le plaisir avant l'analyse de ce qu'on mange, car la réflexivité, qui se développe avec la solitude, diminue au contraire avec la convivialité.

De fait, la convivialité est essentielle dans l'alimentation, comme l'a montré Jérôme Pellissier dans une étude menée auprès de personnes âgées. La sensibilité olfactive et gustative relève ainsi de l'histoire, de la motivation et de la stimulation de chacun. Bien que le sujet soit sérieux, pour ne pas dire tragique, lorsqu'on admet que le fait de maigrir quand on est vieux est normal, Jérôme Pellissier a montré avec humour à travers un exemple simple que cette idée reçue témoigne de l'ancrage des représentations sociales. Ainsi sur un guide destiné à l'alimentation des personnes âgées, il nous fait remarquer que ces derniers sont représentés sous la forme d'une courge, tandis que les soignants le sont comme des poires : les légumes aidés par des poires reçoivent ainsi des conseils quant au régime alimentaire qu'ils doivent suivre. Pourtant, si des causes externes peuvent altérer le goût des vieux (état de santé, handicap, médication, situation de deuil, etc.), le facteur principal de la dénutrition de cette tranche de la population reste la perte du « goût des autres ». Et des études sur les conditions de partage des repas dans certains centres accueillant les personnes âgées montrent que répondre au seul besoin physiologique des personnes âgées (il en est de même pour les nourrissons en orphelinat) ne prend pas en compte tous les aspects du repas humain, à commencer par la convivialité et l'implication personnelle.<sup>3</sup> Dans son intervention, Jérôme Pellissier a souligné que ne se concentrer que sur ce qu'on croit « essentiel » peut conduire des personnes âgées jusqu'à se laisser mourir de faim par manque de « superflu ».

Cette idée que le nourrissage n'est pas l'essentiel du repas humain a également été traitée par Bernard Waysfeld. Pour ce psychanalyste nutritionniste, les pathologies liées à l'alimentation relèvent d'un « court-circuit », dans lequel le goût n'a pas sa place. Les pathologies peuvent avoir une origine environnementale (avec le culte de la minceur représentée par une poupée Barbie physiologiquement impossible à reproduire, comme avec la malbouffe), mais aussi une origine pulsionnelle qui renvoie à la relation mère/enfant. Que la mère soit absente, qu'elle soit « confuse » (en donnant à tous les affects une réponse alimentaire) ou qu'elle soit « trop bonne » (en anticipant le besoin), elle génère chez l'enfant une intolérance au manque, à laquelle il répondra par une

---

<sup>2</sup> Le compte-rendu par Jean Pierre Corbeau de l'ouvrage de David Le Breton *La Saveur du Monde. Une anthropologie des sens*. Editions Métailié, 2006, est disponible sur le site de l'Ocha, [www.lemangeur-ocha.com/compte-rendus](http://www.lemangeur-ocha.com/compte-rendus)

<sup>3</sup> Cette thèse a d'ailleurs été évoquée par Karen Montagne dans un texte « Quand le désir et le plaisir de cuisiner fondent avec l'âge. » [Faire la cuisine](#). *Les Cahiers de l'Ocha* N°11, Paris, juillet 2006.

avidité, une oralité dévorante<sup>4</sup>. Les pathologies du court-circuit, dans lequel le goût n'a pas sa place, répondent ainsi par une prise alimentaire à un besoin d'amour, aux angoisses, à la sensation de vide, à la tristesse, à la colère : « quand le manque ne peut être toléré, l'accès au symbolique et à l'imaginaire se trouvent écartés, il faut en permanence du « tout, tout de suite »... »

La pulsion qui pousse un être humain dans une relation pathologique à l'alimentation relève de trois paramètres selon Gisèle Harrus-Revidi, psychanalyste : l'objet (avec une libido plus ou moins forte), la source (avec la nécessité de se remplir) et le but (pour décharger une tension de façon immédiate ou différée). Dans le plaisir, la pulsion existe indépendamment de son objet. Or dans l'alimentation, l'objet peut être ingéré et la bouche est le carrefour des mots et des mets. La pulsion orale doit donc aussi être verbale. Le fait est qu'en lisant une carte dans un restaurant, évoquer ce qu'on va manger consiste en quelque sorte à faire de la poésie. Le plaisir du goût comprend à la fois le plaisir de l'aliment et le plaisir du mot, même si l'histoire personnelle du sujet module le tout.

Alors finalement à quoi sert le goût ? André Holley pose franchement la question et rappelle que le goût génère une multitude de sensations qui mettent à contribution l'odorat, la somesthésie trigéminal, la texture qui est distinguable du goût mais lui est intimement associée. Le goût sert ainsi de gardien de l'entrée du tube digestif. Il a deux grandes fonctions. La première est cognitive : les propriétés des aliments sont confrontées aux connaissances sensorielles mémorisées et accessibles à la conscience. La vision a dans ce cas son importance car elle a préparé à la connaissance. La réponse consommatoire est alors largement consciente. La deuxième fonction est affective : elle induit une acceptation ou un rejet des aliments ingérés, que ce soit par décision (réaction consciente) ou par réflexe. La distinction entre bon et mauvais aliment répond à une logique idiosyncrasique qui échappe souvent à l'observateur. L'origine des préférences alimentaires n'est quant à elle pas encore comprise par les scientifiques. Néanmoins, l'origine de la valeur affective vient soit d'une familiarisation qui est un facteur d'acceptation, soit d'un conditionnement qui relève d'un apprentissage (avec une association entre les propriétés sensorielles et les conséquences rendues possibles pour les terminaisons nerveuses qui transmettent l'information au cerveau.) L'apprentissage conduit à une valorisation ou à une aversion des aliments. Le rôle du goût est ainsi de déterminer quelles nourritures conviennent le mieux à un individu pour le rassasier et pour le protéger. Le goût intervient également pour signaler l'état de satiété du mangeur, celle-ci étant néanmoins conditionnée par un apprentissage. L'exercice des fonctions du goût connaît néanmoins des obstacles comme une capacité variable du système sensoriel et des valences hédoniques. Les différences interindividuelles sont en effet nombreuses en raison du nombre de cellules sensorielles, du nombre et de l'identité des récepteurs. Un gène a été identifié qui expliquerait cette variation de sensibilité. Chez les humains, un tiers seulement des gènes olfactifs est utilisé. Est-ce là l'origine de la malbouffe ? A priori non, car ce phénomène se retrouve également chez d'autres primates. Mais il s'accompagne en parallèle d'une amélioration de la vision des couleurs. On ne sait pas d'ailleurs si cette diminution des gènes olfactifs ne concerne que certaines familles de récepteurs (liées aux relations sociales ou à l'alimentation par

---

<sup>4</sup> Caroline Eliacheff (2004 : 139) va même plus loin lorsqu'elle écrit : « L'enfant avide de paroles que l'on goinfre engramme le fait que l'adulte trouve « bien » de remplacer la communication par le goinfrage. » dans son article « Se construire en mangeant. Peut-on responsabiliser sans culpabiliser ? » Caroline Eliacheff. [Corps de femmes sous influence. Questionner les normes.](#) Sous la direction d'Annie Hubert. Les Cahiers de l'OCHA n°10, avril 2004.

exemple) ou s'il concerne le système général. Mais les études réalisées montrent qu'une représentation de toutes les familles d'odorants subsiste.

Quoi qu'il en soit, il nous reste encore suffisamment de capteurs. Joël Leonard, anthropologue danois, a ainsi montré les relations entre souvenirs, mémoire et émotions qui entrent en jeu dans nos achats. Le marketing olfactif n'est pas nouveau, puisque dès le XVII<sup>ème</sup> siècle, les Ecossais ont introduit du patchouli dans leur production de tissus de cachemire pour imiter l'odeur de ceux qui étaient importés des Indes dès le siècle précédent. Les mêmes phénomènes de reproduction des odeurs se retrouvent dans la fabrication de gants, de caoutchouc, de bas de nylon, de jeans, etc. Car, si le consommateur ne reconnaît pas l'odeur attendue, il pense que le produit n'est pas authentique. Et pour prouver la véracité de ses dires, Joël Leonard, qui nous a fait l'honneur de s'exprimer en français, a fait circuler différents objets afin que les membres de l'auditoire puissent faire l'expérience de leurs odeurs. Et l'ouï ? Dans certains magasins, les musiques défilent à un rythme inférieur à leur tempo initial : le consommateur perd ainsi la notion de temps. De même, il a été constaté que, lorsque les odeurs changent toutes les trois secondes, les consommateurs restent plus longtemps dans un point de vente ( 83 % de temps en plus). Cette manipulation par les odeurs se retrouve aussi dans les casinos, dans les compagnies aériennes, pour créer des liens émotionnels avec les consommateurs. Des expériences menées dans le métro ont montré qu'une odeur de propre faisait diminuer la violence et le vandalisme de 18 à 20 %, en créant un sentiment de respect. A Londres, des opérations marketing associant une odeur propre à chaque ligne de métro font augmenter la fréquentation de 20 %. Des recherches sont actuellement menées pour parvenir à transmettre des odeurs par téléphone mobile ou par internet.

Ces 4<sup>ème</sup> Rencontres du GROS ont apporté des éléments permettant de comprendre certains comportements alimentaires déviants et ont montré que l'étude du goût est une composante essentielle de cette compréhension. Même si elle n'est pas toujours reconnue et intégrée dans la médecine moderne et dans la nutrition... Concentrer son attention sur le goût des aliments et le plaisir de les manger donne néanmoins des résultats positifs sur le bien-être du corps et de l'esprit. A l'image du vocabulaire, qui n'est pas uniforme pour parler du goût, l'étude des phénomènes physiologiques montre que la perception du goût est très individuelle. De plus, il évolue dans le temps historique (et pas forcément dans l'histoire d'un individu) et selon les cultures. Goûter est un plaisir éminemment individuel mais qu'il est nécessaire de partager avec ses semblables pour en savourer toutes les subtilités. Y porter la plus grande attention permet de ne pas court-circuiter les phénomènes physiologiques et de laisser le goût assumer pleinement son rôle : satisfaire nos pulsions, garder l'entrée du tube digestif, contenter nos sens et nous permettre de rester maître de nos désirs et de nos plaisirs. Et il est certain que les travaux présentés lors de ces journées du GROS feront porter un regard différent sur la fonction du goût et sur le rôle qu'il peut jouer dans la prévention des excès de consommations alimentaires.