



**HAL**  
open science

## Galileo alcolico

Guillaume Laigle

► **To cite this version:**

Guillaume Laigle. Galileo alcolico : Trivialité (g)astronomique du mythe Galilée. *Communication & langages*, 2017, 2017 (194), pp.3 - 17. 10.4074/S0336150017014016 . hal-01697347

**HAL Id: hal-01697347**

**<https://hal.science/hal-01697347>**

Submitted on 18 Aug 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

*GALILEO ALCOLICO*. TRIVIALITÉ (G)ASTRONOMIQUE DU MYTHE  
GALILÉE

[Guillaume Laigle](#)

NecPlus | « [Communication & langages](#) »

2017/4 N° 194 | pages 3 à 19

ISSN 0336-1500

ISBN 9782358761840

DOI 10.3917/comla.194.0003

Article disponible en ligne à l'adresse :

-----  
<https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2017-4-page-3.htm>  
-----

Distribution électronique Cairn.info pour NecPlus.

© NecPlus. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

# Galileo alcolico

## Trivialité

### (g)astronomique du

### mythe Galilée

GUILLAUME LAIGLE

En tant qu'objet de recherche, le phénomène *mythe* nourrit depuis longtemps une littérature abondante dont Gérard Bouchard a dressé dernièrement un remarquable état des lieux conceptuel<sup>1</sup>. Toutefois, la *mythification* elle-même – en tant que dynamique communicationnelle inscrite dans un temps long – reste à ce jour peu regardée. Le concept de *trivialité* proposé par Yves Jeanneret<sup>2</sup> permet justement de mieux considérer les parcours poétiques par lesquels les formes, les idées, les valeurs qui façonnent et font vivre ces mythes circulent et s'inscrivent durablement dans les cultures *par la communication*. À certains égards, le mythe apparaît même comme une manifestation paroxysmique de cette trivialité, théorie selon laquelle les *êtres culturels* – êtres de toutes natures qui acquièrent un statut culturel en raison-même de leur circulation<sup>3</sup> – perdurent par un processus continu et créateur qui conjugue et dépasse à la fois transmission, traduction, interprétation et tradition. Processus qu'Yves Jeanneret désigne sous le terme générique d'*altération*<sup>4</sup>, mais que chaque chercheur doit tenter de caractériser selon le projet qu'il se donne et les objets qu'il investit.

**Fierté nationale italienne, rebelle universel, avatar de la science expérimentale... bien sûr, Galilée est tout cela ! Mais sa stature mythique profite aussi plus qu'on ne le pense de sa réputation d'« homme de goût », participant à l'invention historique et communicationnelle d'un être culturel aussi spiritueux que spirituel, propre à marquer l'identité individuelle tout comme l'imaginaire collectif des producteurs et consommateurs de vins et d'alcools. Sous-tendu par un semi-symbole archaïque, cet usage trivial d'un patrimoine textuel, iconographique et intellectuel renforce les dimensions mythiques de l'illustre toscan, par un effet de levier cohérent mais cocasse.**

**Mots clés :** Galileo Galilei, trivialité, mythe, alcool, semi-symbolisme, effet de levier

1. Gérard Bouchard, *Raison et déraison du mythe : au cœur des imaginaires collectifs*, Montréal, Boréal, 2014.

2. Yves Jeanneret, *Penser la trivialité : volume 1, la vie triviale des êtres culturels*, Paris, Hermès Science Publications, 2008.

3. *Ibid.*, p. 16.

4. *Ibid.*, p. 87.

Ainsi, Claude Lévi-Strauss qualifiait-il la mythification de *bricolage*<sup>5</sup> : un répertoire limité de signes « fossiles » (c'est-à-dire participant d'usages bien établis qui ont pu parfois perdre leur sens) est réagencé, offrant à ces signes un surplus de sens dans de nouvelles existences par contiguïté et/ou similarité. Le mythe (se) communiquerait donc parce qu'il est rendu *plastique* – à la fois polymorphe, polysémique et polyvalent – par une diversité d'acteurs qui, au nom d'intérêts parfois contradictoires, refont les mêmes témoins du passé, objets matériels ou idées, les instituant de manière souvent inconsciente comme patrimoine. Or, pour Jeanneret, c'est précisément parce qu'ils sont attestés par l'histoire mais continuellement remaniés par leurs « médiations ordinaires »<sup>6</sup> que les êtres culturels développent leurs valeurs symboliques. Delphine Saurier a pu de la sorte montrer que la signification de figures culturelles illustres – tels Marcel Proust ou les Joliot-Curie – n'est en rien immanente : « elle est composée à partir des images et objets engendrés à propos de [ces] personne[s] au gré des espaces sociaux et temporels traversés »<sup>7</sup>.

Déjà mythifiée par ses découvertes scientifiques et son fameux procès<sup>8</sup>, la figure du mathématicien, physicien, philosophe et astronome italien Galileo Galilei ne semble pas déroger à cette règle. Surtout lorsqu'à cet être éminemment *culturel* se conjuguent d'autres *êtres culturels*, nourris eux-mêmes par des objets, des communautés, des valeurs et des pratiques propres. Le *pouvoir-faire* symbolique et communicationnel qui en résulte permet en effet de refabriquer le savant, l'ancrant davantage encore dans la culture occidentale au-delà de sa seule saveur historique et scientifique.

Pour l'illustrer, un corpus hétéroclite – documents historiques, œuvres artistiques, publications variées, produits marchands... – a été constitué à la croisée de deux espaces de signification particuliers, deux *sémiotopes*<sup>9</sup> : l'univers astronomique galiléen et un univers gastronomique spécifique, celui du vin et des boissons alcoolisées. S'appuyant sur une posture sémiotique ouverte – c'est-à-dire qui emprunte les possibilités analytiques offertes par différentes théories du signe –, la présente étude décrira quelques aspects saillants de cette interaction

5. Claude Lévi-Strauss, *La pensée sauvage*, Paris, Pocket, 1990, p. 31-36. Selon l'anthropologue, l'étude du mythe relève aussi d'une « forme intellectuelle de bricolage ».

6. Yves Jeanneret, *Penser la trivialité... , op. cit.*, p. 192.

7. Delphine Saurier, *La fabrique des illustres : Proust, Curie, Joliot et lieux de mémoire*, Le Havre, Éditions Non Standard, 2013, p. 16.

8. Guillaume Carnino, « Raconter Galilée au XIX<sup>e</sup> siècle », *L'invention de la science : la nouvelle religion de l'âge industriel*, Paris, Seuil, 2015, p. 29-58.

9. Marcello Serra relève que la notion de *sémiosphère*, proposée par Youri Lotman recouvre en fait deux sens : « D'un côté, *sémiosphère* peut avoir un sens global et désigner l'espace entier de la signification, alors que, d'un autre côté, elle définit aussi un espace local et spécifique de signification ». Lequel peut être caractérisé par son lieu d'énonciation, sa modalité énonciatrice, sa médialité ou l'être culturel qui en constitue l'épicentre, parti-pris de cette étude. Si l'on souhaite affiner l'analogie lotmanienne, le terme *sémiotope* convient mieux à ce dernier usage, désignant un espace particulier, articulé par une histoire sémiologique propre et des « sémosystèmes », à l'instar des biotopes, constituant au sein de la biosphère des lieux de vie caractérisés par une histoire écologique et des écosystèmes. Cf. Youri Lotman, *La sémosphère*, Limoges, PULIM, 2000. Marcello Serra, « Notes sur la sémosphère des comics de super-héros », *Sociétés*, 106(4), 2009, p. 15-23.

qui conforte l'image sacralisée de Galilée tout en la débauchant. Notamment via l'emprise potentielle d'une *structure semi-symbolique*, à concevoir suivant Claude Lévi-Strauss<sup>10</sup> et Jean-Marie Floch<sup>11</sup> comme la mise en opposition indissociable et inévitable de deux formes expressives (tel le couple blanc/noir) qui reflète plan à plan l'opposition entre deux thèmes, deux sensations, deux états, deux conceptions (les couples bien/mal, vie/mort, etc.). On soulignera enfin comment cette bipolarisation sous-jacente participe à l'expansion du mythe galiléen.

### LE SAVANT GOURMET : UNE HISTOIRE ATTESTÉE

D'abord, il convient de rappeler combien l'adhérence de Galilée au vin est tout sauf arbitraire. En effet, si l'on en croit son élève et biographe Vincenzo Viviani<sup>12</sup>, culture de la vigne, fabrication et consommation de vin participaient incontestablement pour le Toscan d'un art de vivre et de penser. Art qu'on retrouve effectivement dans maintes correspondances privées<sup>13</sup> de « l'épicurien Galilée », expression de Philarète Chasles, publiciste d'une lettre<sup>14</sup> nous présentant Galilée en tant que *gourmet*<sup>15</sup> : connaisseur reconnu par ses patrons et pairs, amateur de grands crus siciliens – lesquels symbolisent pour le Florentin une continuité sensible autant qu'intellectuelle avec « Archimède le Syracusain » – et « sacrifiant » volontiers sa personne aux divinités bachiques. Sacrifice aux vertus plus prophylactiques qu'il n'y paraît, à une époque où l'eau se révélait souvent putride<sup>16</sup>. Ce penchant notoire ne manqua d'ailleurs pas d'être exploité par les adversaires de Galilée de son vivant. Ainsi, dans son *Ratio ponderum librae et simbellae* rédigé en latin sous le pseudonyme de Lotario Sarsi, l'astronome jésuite Orazio Grassi détourna le titre d'un texte critique écrit par Galilée en italien, *Il saggiatore*<sup>17</sup>, c'est-à-dire l'essayeur, le vérificateur des changes, en lui donnant le sens d'*assaggiatore*<sup>18</sup>, le tastevin, faisant ainsi passer l'ouvrage pour les divagations d'un soulot, en raison de sa position hétérodoxe sur les qualités sensibles des objets

10. Jacques Fontanille, *Sémiotique du discours*, Limoges, PULIM, 1998, p. 137.

11. Jean-Marie Floch, *Petites mythologies de l'œil et de l'esprit*, Paris-Amsterdam, Hadès-Benjamins, 1985.

12. OG XIX 625. Les écrits de Galilée et de quelques contemporains ont été compilés depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle dans plusieurs éditions intitulées *Opere di Galileo Galilei. L'Edizione Nazionale*, dirigée à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle par Antonio Favaro, constitue aujourd'hui la source bibliographique de référence. On la désigne par l'acronyme OG, suivi du numéro de volume en chiffres romains, puis des numéros de page en chiffres arabes. Plusieurs *Appendices* y ont été ajoutés depuis.

13. Dans OG VI, X, XV et XVI.

14. Philarète Chasles, *Galileo Galilei : sa vie, son procès et ses contemporains, d'après les documents originaux*, Paris, Poulet-Malassis, 1862, p. 253. La lettre originelle est publiée dans OG XVI 399.

15. Jean-Jacques Boutaud, *Sémiotique et communication : du signe au sens*, Paris, L'Harmattan, 1998, p. 252. Dans son carré sémiotique, Boutaud oppose le gourmet – caractérisé par le discernement, le raffinement et le manque d'avidité – au gourmand, au glouton et au goinfre.

16. Alberto Righini, « Galileo e il vino », *Giornale di Astronomia*, 35(2), 2009, p. 10. Daniel Roche, « Le temps de l'eau rare, du Moyen Âge à l'époque moderne », *Annales*, 39(2), 1984, p. 395.

17. OG VI 197-372.

18. OG VI 380-381.

naturels<sup>19</sup>, contredisant expressément le dogme de la transsubstantiation du pain et du vin en corps et sang du Christ<sup>20</sup>.

### DE L'EMPRUNT AUX RECOMPOSITIONS

On peut inventorier beaucoup d'autres manifestations du vin chez Galilée : au sein de ses correspondances<sup>21</sup>, dans ses ouvrages<sup>22</sup> (métaphores argumentatives dans *L'essayeur* et le *Dialogue sur les deux grands systèmes du monde*, expérience du passe-vin dans les *Discours sur deux sciences nouvelles*) ou à travers les propos rapportés par ses contemporains, successeurs et admirateurs, au prix de quelques recompositions. En effet, ces traces historiquement attestées et les idées qu'elles portent ne manquent pas d'être retravaillées et réinvesties au service de *textes* – à prendre dans l'acception large d'artefacts chargés de significations intentionnelles –, de leurs auteurs et de leurs projets communicationnels, que ce soit dans des biographies, articles savants, œuvres de vulgarisation, traités agricoles, guides touristiques, gastronomiques, œnologiques, romans, chansons ou pièces de théâtre.

### LA SAVEUR DU SAVOIR AU THÉÂTRE

Dans ce domaine, le vin participe volontiers de la caractérisation du personnage, tout en donnant substance à la performance scénique de l'acteur via quelque table bien garnie. Dans *La vie de Galilée* de Bertolt Brecht, on relève ainsi la présence régulière du vin, notamment sicilien<sup>23</sup>. La réplique la plus mémorable restera sans doute l'échange tenu dans le tableau 12 entre l'Inquisiteur et le Pape, sur la conduite à tenir lors de l'interrogatoire de Galilée :

L'INQUISITEUR : Pratiquement, il n'y aura pas besoin de pousser les choses loin avec lui. C'est un homme de la chair. Il capitulera tout de suite.

LE PAPE : Il sait jouir de tout, plus qu'aucun homme que j'ai rencontré. Il pense par tous les sens. Il ne sait pas dire non à un vieux vin ou à une pensée neuve.<sup>24</sup>

Confondant ici *libido sciendi* et *libido sentiendi*, le vin soulignera magistralement par la suite la faiblesse et le renoncement ultime du savant, qualifié précisément de « sac à vin »<sup>25</sup> par Andrea, dégoûté par l'abjuration de son maître.

Dans sa pièce plus confidentielle, *The Recantation of Galileo Galilei*, Eric Bentley développe pour sa part toute une scène<sup>26</sup> où Galilée, attablé avec sa fille Virginia,

19. OG VI 347.

20. OG VI 486-487.

21. Dans OG VI, X, XV et XVI.

22. OG VI 340, OG VII 394-395 et OG VIII 116.

23. Bertolt Brecht, *La vie de Galilée*, Paris, L'Arche, 1990, p. 91. Traduction de Eloi Decoing.

24. *Ibid.*, p. 112.

25. *Ibid.*, p. 118. Les versions originales américaine (1947) et allemande (1955) utilisent les termes *Wine barrel* et *Weinschlauch*.

26. Eric Bentley, *The Recantation of Galileo Galilei*, New York, Harper Colophon Books, 1972, pp. 60-61.

sirote du vin sicilien, invente une définition du vin « lumière du soleil capturée par de l'eau » puis souligne son contentement après la publication du *Dialogue* :

GALILÉE : Je suis au sommet du monde. Je n'ai jamais été aussi heureux de ma vie. [Autre gorgée] Les gens se moquent du succès. Je me demande s'ils le doivent : il semble que cela procure un bien. Je le savoure, comme je le fais de ce vin, et y trouve d'avantage de quoi me nourrir.<sup>27</sup>

Comme pour celui de Brecht, le Galilée de Bentley est donc décrit comme un jouisseur, mais qui hiérarchise cette fois ses plaisirs, culminant par la satisfaction d'une gloire intellectuelle.

### CITATIONS VITICOLES

Dans les milieux œnophiles, amateurs et professionnels, la forme la plus exploitée – car sans doute la plus manipulable – est sans conteste la citation galiléenne. Plus précisément deux *familles citationnelles*, expression visant à rappeler la prise en compte difficile mais nécessaire du jeu des traductions et des reformulations, et l'existence possible de sources multiples, aboutissant pour une même idée à plusieurs variantes attribuées parfois à plusieurs auteurs. Ceci questionne bien sûr leur *paternité* supposée, puisque cette dernière est toujours mise en exergue sous forme nominative sans autre précision. Mais aussi le *travail éditorial* – au sens de montage sémantique et textuel – qui peut s'y manifester.

Ainsi trouve-t-on régulièrement : « Le Soleil, avec toutes ces planètes qui gravitent sous sa gouverne, prend encore le temps de mûrir une grappe de raisin comme s'il n'y avait rien de plus important ». Cet aphorisme – dont l'origine est difficile à pister – paraît probablement bricolé à partir d'un long passage de la troisième journée du *Dialogue*, où Galilée singe la croyance orgueilleuse d'une vision divine exclusivement centrée sur l'homme, soutenue par certains aristotéliens<sup>28</sup>. Dans la citation, le Soleil remplace la Terre – centre de révolution originellement désigné par le personnage de Simplicio – et la gouvernance de Dieu sur l'humanité – dont les rayons solaires sur le raisin sont justement la métaphore – s'efface au profit de la gouvernance de la gravitation solaire sur les planètes. D'où la teinte newtonienne anachronique<sup>29</sup> de cette reformulation, qu'on peut qualifier à juste titre de « pseudo-galiléenne ».

Autre formule, encore plus populaire : « Le vin, c'est la lumière du soleil capturée par de l'eau ». Version française qui constitue l'une des multiples réécritures de la formule *Il vino è un composto d'umore e di luce*, littéralement « le vin est un composé d'humeur et de lumière ». L'eau s'y substitue aux humeurs antiques<sup>30</sup> en raison de la traduction anglaise *Wine is sunlight held together*

27. Ma traduction.

28. OG VII 394-395.

29. Si le projet de Galilée était bien de montrer la mobilité de la Terre autour du Soleil, son étude des « graves » ne portait pas sur l'influence mutuelle des astres, contribution d'Isaac Newton qui prolongea en quelque sorte les travaux de Galilée sur les corps célestes.

30. Le terme « humeur » renvoie aujourd'hui davantage au tempérament exprimé par un individu qu'aux fluides animant, selon l'Ancienne Tradition, tous les êtres vivants, et influant justement sur la santé et les émotions. D'où les reformulations évoquant l'eau, assurant probablement une meilleure compréhension de l'aphorisme aujourd'hui.

by water proposée par l'historien Stillman Drake<sup>31</sup>. Si la formule originelle est effectivement attribuée à Galilée au XVII<sup>e</sup> siècle par le comte Magalotti<sup>32</sup> dans une correspondance entre savants œnophiles, les amateurs de littérature italienne lui contesteront aussitôt la primauté de cette maxime<sup>33</sup>, au profit du poète Dante Alighieri dont le XXV<sup>e</sup> Purgatoire rapporte que « la chaleur du soleil, jointe à l'humeur qui coule de la vigne, produit le vin »<sup>34</sup>. Une source d'inspiration d'autant plus vraisemblable qu'on sait effectivement Galilée admirateur et fin commentateur de l'œuvre de son compatriote<sup>35</sup>. Mais cette contestation de paternité prête à peu de conséquences, nombre de recueils œnologiques faisant coexister les deux filiations.

Tenter de définir exhaustivement le rôle et la signification pragmatique de ces citations est une entreprise irréaliste, les modalités de leur mise en exposition étant déjà incroyablement protéiformes : livres, cartes des vins, plaquettes publicitaires, t-shirts, dessous de verres et autres gadgets, blogs, forums en ligne, pages personnelles, sites professionnels ou de e-commerce, sans oublier la pièce de Bentley citée plus tôt et même le cinéma<sup>36</sup>. En outre, l'usage de ces citations ne se limite pas à valoriser le travail de la vigne ou la consommation de vin. Par exemple, soleil gouvernant planètes et raisins sert aussi bien à glorifier la toute-puissance divine dans une apologie religieuse, encourager la production d'énergie solaire dans un essai d'écologie politique ou vanter les vertus d'une lampe UV sur un site de terrariophilie. Toutefois, la présence non négligeable de ces micro-textes dans les communications des producteurs, négociants, critiques et consommateurs de vins, confirme leur valeur dans l'expression d'un *ethos*, en tant qu'ils manifestent une appétence noble partagée par des gens d'exception. Que ces citations se présentent isolées, « canonisation métonymique »<sup>37</sup> de formules poétiques qui, professées par un illustre savant, prennent valeur de vérité universelle. Étalées au sein d'une liste d'aphorismes attribués à de grandes figures, produisant par concaténation une sorte d'autorité polyphonique valorisant le vin par « démultiplication du dire »<sup>38</sup>. Ou plus travaillées, prétextes à l'exégèse d'un produit, d'une expérience ou d'une pratique, voire apostilles illustratives scellant le propos par l'autorité du cité.

31. Stillman Drake, *Discoveries and Opinions of Galileo*, New York, Anchor Books, 1957, p. 5.

32. Secrétaire de l'*Accademia del Cimento*, cercle scientifique principalement constitué de disciples de Galilée. Lettre V à Carlo Dati, dans *Lettere scientifiche ed erudite del Conte Lorenzo Magalotti*, Florence, Tartini e Franchi, 1721, p. 55.

33. *Opere di Francesco Redi*, Naples, Raffaele Gessari, 1741, p. 119.

34. *E perchè meno ammiri la parola/Guarda il calor del Sol che si fa vino/Giunto all' umor che dalla vite cola*, dans Alexis François Artaud de Montor, *Le Purgatoire, poème du Dante*, Paris, J. J. Blaise, 1813, p. 164. Le traducteur fait aussi le rapprochement avec le propos attribué à Galilée.

35. *Leçons sur l'Enfer de Dante* dans OG IX 29-57. La traduction française par Lucette Degryse est disponible chez Fayard.

36. Randall Miller, *Bottle Shock*, 20<sup>th</sup> Century Fox, 2008.

37. Antoine Compagnon, *La seconde main ou le travail de la citation*, Paris, Seuil, 1979, p. 28.

38. Alain Rabatel, « L'effacement énonciatif dans les discours rapportés et ses effets pragmatiques », *Langages*, 38(156), 2004, p. 8.

Dans ces derniers cas, suivant la terminologie de Jean-Jacques Boutaud<sup>39</sup>, la *figuration analytique* offerte à la base par ces deux citations – c’est-à-dire la valorisation d’ingrédients (soleil, eau) et de modalités de fabrication (importance du temps, de l’attention) – participe volontiers à une *figuration situationnelle* du vin par ceux qui les emploient. Autrement dit, à une valorisation des lieux de production ou de consommation, les deux formules renvoyant aisément à tel ou tel *terroir*, caractérisé par un « ensoleillement exceptionnel »<sup>40</sup> ou un « savoir-faire ancestral, transmis de génération en génération »<sup>41</sup>. Souvent inscrite sur une image ou en légende, la seconde citation témoigne de l’ensoleillement par une valorisation in situ de la grappe sur son sarment, mais aussi du vin dans son verre, grappe et verre étant plutôt placés en contre-jour d’un soleil raz. L’iconisation de la sentence manifeste alors une *propriété substantielle*, dont on sait l’importance dans l’appréciation du vin : la transparence, abondamment mise en scène dans l’iconographie vinicole et aisément rendue par des raisins clairs ou par la robe de vins principalement blancs et rosés, issus de toute la planète.

### UN NOM REMARQUABLEMENT POLYCHRÉSIQUE<sup>42</sup>

En tant que signe plus spécifiquement marchand, Galilée ne manque pas de faire office de marque et de millésime, non limités aux seuls produits de la fermentation du raisin : en effet, vins, brandy, solera, bière, whisky, vodka se partagent la figure. Tantôt référence au lieu de production via l’indiciarité d’une adresse (*Palmento Galilei*, via Galilei), d’une ville ou d’une patrie commune (*Brandy Galileo*, distillerie florentine Samaja ; *Notte di Galileo*, Cantina Colli Euganei, près de Padoue). Mais aussi, renvoi géographique plus symbolique à l’exceptionnelle clarté du ciel d’un vignoble (*El Cielo « Galileo »*, Mexique) ou à l’occidentale du client ciblé, justifiant la mutation de la vodka polonaise *Polmos Copernic* en *Polmos Galileo*, à fin d’exportation<sup>43</sup>. L’iconisme du prénom peut autant renvoyer au fils de l’exploitant (*Barbera d’Asti « Galileo »*, Italie), au maître de chai de la coopérative (*Galileo Vini*, Italie) ou à l’hôtel-observatoire homonyme qui offre le produit à sa clientèle (*Galileo Malbec*, Argentine). Enfin, si le conventionnel d’une commémoration – l’Année mondiale de l’astronomie en 2009 dont Galilée fut la figure centrale – encouragea maintes conférences-dégustations, il fut aussi l’occasion de séries limitées permettant de rappeler aux astronomes américains le parrainage d’activités scientifiques par un brasseur passionné par la discipline (*Sierra Nevada « Galileo’s Astronomical Ale »*, États-Unis) ou de réaffirmer à une

39. Jean-Jacques Boutaud, *Sémiotique et communication*. . . , op. cit., p. 276.

40. Site web du Domaine des Rocailles <http://www.lesrocailles.fr/fr/liste-cuvees.html> (consulté le 17 août 2014).

41. Site web de la Maison Henri Maire <http://www.henri-maire.fr/page/actualites/2/3/> (consulté le 17 août 2014).

42. Possibilité d’un signe, d’un texte, d’un acte communicationnel de servir plusieurs logiques sociales à la fois. Yves Jeanneret, *Critique de la trivialité : les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Le Havre, Éditions Non Standard, 2014, p. 14.

43. Nicholas Ermochkine, Peter Iglkowski, *40 Degrees East: An Anatomy of Vodka*, New York, Nova Science Publishers, 2003, p. 81.

cible plus large la tradition multiséculaire d'une maison vinicole établie – heureuse conjonction – en 1632, date de publication du *Dialogue* (Arbois Henri Maire « *Cuvée Galilée* », France).

À plus d'un titre, ces bouteilles relèvent d'une logique qu'Yves Jeanneret et Emmanuël Souchier appellent *assomption*<sup>44</sup> : elles communiquent via des motifs chargés d'une valeur notoirement reconnue dans la société, mais indépendants du breuvage lui-même. Le principal motif étant l'inscription « Galilée » ou « Galileo », avec les innombrables connotations que le personnage peut reporter sur le produit, en vertu de la « magie performative »<sup>45</sup> de son nom. Personnage occasionnellement mis en scène dans une posture d'observation ou présenté sous forme de portrait-médaille, empruntant à des toiles ou des gravures anciennes. Assomption aussi en raison de la verticalité des bouteilles elles-mêmes, dont la pointe du goulot désigne tel un doigt ce ciel qu'une iconographie astronomique et spatiale met, pour certaines, en exergue. Étoiles ponctuelles, étoiles à branches qui renvoient aux astres autant qu'à l'excellence du produit (les quatre étoiles, gage de qualité du *Brandy Galileo* ; les dorures étoilées de *Notte di Galileo*, vin de réserve) ; reproduction colorisée de gravures modélisant les phases de Vénus, découverte proprement galiléenne<sup>46</sup> (*Galileo Vini*), ou indexant très exactement l'exposition du système copernicien dans la troisième journée du *Dialogue*<sup>47</sup> (*Notte di Galileo*) ; astrolabes, compas, lunettes empruntant aux frontispices des ouvrages savants des XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles (*Galileo Brandy* ; *Vodka Polmos Galileo*), et qui remémorent autant l'astronomie que les « appareils philosophiques »<sup>48</sup> des salons privés et cabinets de curiosité. Combinés aux portraits gravés et/ou aux typographies médiévalisantes, ces signes confortent les discours de tradition et/ou d'excellence du produit par son vieillissement, en les confondant à l'historicité des signes réinvestis. Mais on peut encore en jouer, tel le millésime d'Arbois « *Cuvée Galilée* » où étiquette et sérigraphie exposent le visage d'un des nombreux plagiatés de la toile peinte en 1635 par Giusto Sustermans<sup>49</sup>, joint à la mention « Galilée », typographiée dans un style bâton contemporain, et à une sphère céleste moins armillaire que géosatellitaire<sup>50</sup>. Traduction iconique en quelque sorte de l'innovation revendiquée par le producteur (installations modernes, vente directe, marketing événementiel) dans une tradition vinicole.

44. Yves Jeanneret et Emmanuël Souchier, « L'étiquette des vins : analyse d'un objet ordinaire », *Communication & langages*, 121, 1999, p. 74.

45. Bénédicte Laurent, *Nom de marque, nom de produit : sémantique du nom déposé*, Paris, L'Harmattan, 2010, p. 20.

46. OG VII 350, OG X 502.

47. OG VII 351.

48. L'expression désignait couramment aux XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles les instruments scientifiques.

49. OG Appendice I 49.

50. La sphère armillaire est un instrument antique qui modélise la mécanique céleste. Ses orbites correspondent soit à la trajectoire des Soleil, Lune et planètes vus depuis la Terre (cercle zodiacal), soit à des cercles géoastromiques particuliers qui s'organisent en plans parallèles à l'équateur (cercles arctiques et tropiques) et en plans perpendiculaires passant par les pôles (méridiens). L'image présentée par la marque *Henri Maire* présente des cercles concentriques à inclinaisons variables, évoquant d'avantage la pluralité orbitale des satellites artificiels.



Arbois Henri Maire  
«cuvée Galilée»  
Avec l'aimable  
autorisation  
de Boisset SAS

Brandy Galileo  
Pise, collection Paicap

Whisky Ardbeg Galileo  
Avec l'aimable  
autorisation  
de Ardbeg Glenmorangie

Figure 1 : Sérigraphie et étiquettes de bouteilles

### LUDISME SÉMIOTIQUE

Dans ce paysage, un produit fait toutefois figure d'exception, par sa volonté de signifier spécifiquement son goût et sa place culturelle à travers Galilée, en créant une expérience sémiotique triviale et ludique. En effet, si le producteur de whisky Ardbeg avait déjà profité des ressources symboliques offertes en 2009 pour communiquer astronomiquement sur son produit (*Ardbeg Supernova*, 2010), une expérience scientifique lancée en 2011<sup>51</sup> à bord de la Station spatiale internationale sur des composés aromatiques participant de la saveur du whisky – les terpènes – donnera un prétexte à l'entreprise pour la commercialisation d'un cru spécifiquement vieilli en fûts de Marsala – liqueur de vin... sicilien ! – et dont les bouteilles, vendues en série limitée, arborent en bichromie argent sur fond noir l'inscription *Galileo* conjointe à une fusée-ogive décollant du site de distillation, l'île d'Isley. Si la fusée et la disposition typographique de l'étiquette rappellent la couverture originelle du roman de science-fiction *Rocketship Galileo*<sup>52</sup>, la société écossaise mobilisera concrètement dans ses communications nombre de références science-fictionnelles. Ainsi, certains clichés de communiqués de presse<sup>53</sup> renvoient indiciativement l'ogive à celle d'*On a marché sur la Lune*,

51. Que la société finance en se présentant comme partenaire. Le retour des échantillons sur Terre fin 2014 est l'occasion de nouvelles campagnes de communication sur ce thème. <http://www.ardbeg.com/ardbeg/experiment> (consulté le 7 décembre 2014).

52. Robert Heinlein, *Rocketship Galileo*, New York, Charles Scribner's Sons, 1947.

53. <http://www.bbc.com/news/uk-scotland-glasgow-west-17657804> (consulté le 7 décembre 2014).

connotant le whisky en impesanteur du capitaine Haddock<sup>54</sup>. Dans des images virales et un clip publicitaire, l'isomorphisme entre bouteille et ogive permet de transformer symboliquement la première en fusée, en vertu du flot de fumée indiciativement lié à tout lanceur spatial. Fumée iconique (*smoke*) qui renvoie textuellement au fumet très prononcé (*smoky*) des produits Ardbeg, régulièrement présentés par les critiques gastronomiques<sup>55</sup> comme « audacieux en bouche » (*bold*). D'où le slogan de campagne *to boldly go where no Ardbeg has gone before*<sup>56</sup>, détournant le célèbre gimmick de la série télévisée *Star Trek*, série habitée par Scotty, ingénieur spatial écossais très porté sur la bouteille de whisky<sup>57</sup>, et par un véhicule culte au point d'être restauré et exposé de manière permanente au Space Center de Houston, la navette Galileo. Cette *sublimation* – que Jeanneret et Souchier définissent comme une dynamique autoréférentielle rappelant l'importance du produit lui-même dans la culture<sup>58</sup> (ici, le whisky via une recherche scientifique et une culture populaire) – motivera également la transformation ponctuelle du National Space Centre de Leicester – espace éducatif et culturel à vocation scientifique et technique – en espace publicitaire, le temps d'un « lancement produit » polysémique, conjuguant opportunément décollage spatiautistique et mise sur le marché<sup>59</sup>.

### BUVEUR PUBLICITAIRE

Si les différents produits cités ci-dessus communiquent publiquement sur eux-mêmes, l'image de Galilée participe aussi depuis le XIX<sup>e</sup> siècle à l'action publicitaire de produits dont Galilée n'est pas la marque. On peut déjà rappeler les nombreuses cartes lithographiques « éducatives » exposant les « moments-clés » de la vie de Galilée, offertes en cadeau par les manufacturiers de l'agroalimentaire (Liebig, Poulain, Suchard. . .) et qui – comme le souligne avec raison l'iconographe Federico Tognoni<sup>60</sup> – ont fortement contribué à l'expansion du mythe galiléen

54. Hergé, *On a marché sur la Lune*, Paris, Casterman, 1954, planches 5-6. Si la présence de la célèbre ogive rouge et blanche, en maquette sur la paillasse du directeur de création Bill Lumsden, constitue une tentative ostentatoire d'établir ce lien, une recherche systématique sur le web avec l'opérateur booléen « et » ne relaye cependant qu'un seul blog établissant un lien entre le whisky et l'ouvrage : <http://www.whiskyfun.com/archiveseptember12-2.html#240912> (consulté le 7 décembre 2014).

55. À titre d'exemple : <http://www.whiskyfun.com/archivejuly07-1.html> (consulté le 7 décembre 2014).

56. Aller avec audace là où aucune Ardbeg n'est jamais allée. Initialement, « là où personne » (*no one* en anglais).

57. [http://www.theregister.co.uk/2014/10/28/jim\\_beam\\_me\\_up\\_scotty\\_whisky\\_returns\\_from\\_space/](http://www.theregister.co.uk/2014/10/28/jim_beam_me_up_scotty_whisky_returns_from_space/) (consulté le 20 septembre 2015). La connotation fonctionne même quand le public exposé essaye de nier le lien instauré par l'annonceur : « Je suis fasciné par les voyages spatiaux comme n'importe qui. Mais à moins de parler d'un certain ingénieur de vaisseau spatial nommé Montgomery Scott, je n'associe pas l'espace au whisky. Ce fut un geste marketing très étrange de la part de l'habituellement policé LVMH [copropriétaire de la société], mais je suppose que ça marche : je viens d'acquérir une bouteille » <http://scotchnoob.com/2012/10/15/ardbeg-galileo/> (consulté le 7 décembre 2014). Ma traduction.

58. Yves Jeanneret, Emmanuël Souchier, « L'étiquette des vins. . . », *art. cit.*, p. 74.

59. Événement du 5 septembre 2012. <http://barmagazine.co.uk/blast-off-for-new-ardbeg-single-malt/> (consulté le 7 décembre 2014).

60. Federico Tognoni (dir.), *Galileo: il mito tra otto e novecento*, Pise, Museo Della Graphica - Pacini Editore, 2014.

dans les couches populaires, en raison de la quotidienneté des produits investis par cette publicisation vulgarisatrice.

Sur le registre des alcools, plusieurs annonceurs ont aussi mobilisé l'astronome comme signe publicitaire. Ainsi, la couverture d'un mensuel automobile italien de 1910<sup>61</sup> montre Galilée sous les traits conventionnels d'un magicien de fantaisie<sup>62</sup> (longue barbe, longue robe, chapeau pointu et constellé) assis sur un balcon, tenant en guise de baguette magique une lunette. Signe métonymique permettant d'identifier l'astronome, en contemplation devant une planète ceinturée par un anneau portant le nom du fabricant turinois de vermouth et vins mousseux Cinzano. En 1962, Campari met en scène le savant, esquissé sur une affiche à gros traits<sup>63</sup>, face à une table de travail, compas en main, lunette derrière lui, la bouteille de bitter étant juxtaposée tout en restant séparée de l'univers diégétique galiléen assombri. Séparation des mondes arbitraire, fenêtre temporelle rendue hallucinatoire par le texte connexe, selon lequel « la liqueur réalise délicieusement le cycle du mouvement perpétuel » annoncé comme « rêve »<sup>64</sup> scientifique de Galilée. En 1991, la société américaine Rolling Rocks – qui joue depuis plusieurs décennies sur les récits populaires développés autour du 33 systématiquement inscrit sur la base de ses bouteilles de bière – expose Galilée sur une affiche, debout dans une bibliothèque parmi un aréopage aussi prestigieux qu'anachronique : Beethoven, Darwin, Edison, Freud, Shakespeare. Le savant, au visage emprunté à Sustermans<sup>65</sup>, trouvant sa propre réponse au mythe commercial sous forme d'étoiles jointes par des traits, schématisant la constellation 33 au fond d'une bouteille pointée telle une lunette vers l'horizon. Bouteille dont on remarque alors l'absence sur la publicité Cinzano, la coprésence pour Campari et la préhension pour Rolling Rocks. Préhension mais non dégustation par un Galilée publicitaire, dont la relecture questionne au passage l'applicabilité de certains textes légaux ou codes professionnels, interdisant les discours sur les effets alcooliques.

### IVRESSES GALILÉENNES

En effet, chacune à leur manière, les différentes manifestations exposées jusqu'ici exploitent une verticalité ascensionnelle réactivant incidemment – qu'on le veuille ou non – l'une des *représentations collectives* les plus enracinées de l'ébriété alcoolique, voie d'accès privilégiée aux vérités offertes par l'« autre monde ». Ce que rend d'ailleurs particulièrement bien le qualificatif « spiritueux ». Qu'on pense à la vigne, arbre mystique des traditions sémites. Aux beuveries celtiques, nordiques et slaves ouvrant à l'intimité des Dieux<sup>66</sup>. Au vin mystique des poèmes soufis, menant à la connaissance de l'amour d'Allah<sup>67</sup>. Au vin divinatoire des extases

61. *Ibid.*, p. 149.

62. Genre littéraire et style iconographique remontant au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle.

63. Federico Tognoni, *Galileo: il mito. . . , op. cit.*, p. 156.

64. *Sogno* dans le texte originel italien.

65. OG Appendice I 49.

66. Jean-Robert Pitte, *Le vin et le divin*, Paris, Fayard, 2004.

67. Jad Hatem, *Le Vin éternel. Sur Ibn Al-Fârid*, Paris, Orizons, 2014.



Publicité *Cinzano*  
Pise, collection Paicap



Publicité *Rolling Rocks*  
Avec l'aimable autorisation  
de Anheuser Busch  
Tous droits réservés

Figure 2 : Affiches publicitaires

dionysiaques, qu'exploite d'ailleurs opportunément la pièce burlesque de Pino Costalunga *Galileo, la specola, il vino e... i reumatismi*<sup>68</sup>, présentant un Galilée grisé, capable d'entrevoir son futur inquisiteur et de présager les accusations qui lui seront adressées. Au « vin, symbole de connaissance qui élève [les] esprits »<sup>69</sup> des initiations hermétistes. Altitude de l'ivresse savante, tempérée – on l'a vu – dans le Galilée de Bentley, mais dont témoigne plus expressément la conclusion du *Galilée* de François Ponsard<sup>70</sup> :

GALILÉE :

Adieu, travaux ! Adieu, magnifiques conquêtes !  
Adieu, les beaux élans, la pensée et ses fêtes,  
Coups d'ailes du génie, essors qui m'emportiez,  
Presque Dieu, repoussant la terre de mes pieds,  
Illuminé d'éclairs, ivre de découvertes,  
Dans les immensités que je m'étais ouvertes !

Si par sa figure médiatrice, Galilée peut réitérer l'*imaginaire*<sup>71</sup> ascensionnel et sacramental des vins et spiritueux, déjà bien installé, on peut logiquement

68. Galilée, l'observatoire, le vin... et les rhumatismes. Le texte, non publié, a été gracieusement fourni par l'auteur de la pièce. L'argument du spectacle est accessible à l'adresse <http://www.glossateatro.it/?p=205> (consulté le 7 décembre 2014).

69. Claude Gilquin, *Hermétisme et Rose-Croix : Fama Fraternitatis, Confessio Fraternitatis*, Paris, L'Harmattan, 1998, p. 142.

70. François Ponsard, *Galilée : drame en 3 actes, en vers*, Paris, Michel Lévy Frères, 1867, p. 88.

71. Le terme *imaginaire* – « système dynamique, organisateur des instances fondatrices de sens (les symboles) qui met en relation l'homme avec l'univers » selon Valentina Grassi – est préféré à celui d'*archétype*, trop universaliste et atemporel. Jean-Jacques Wunenburger parle ainsi de « moule à fabriquer des images, identiques pour tous les membres de l'espèce humaine ». Ceci entre en contradiction avec l'une des hypothèses fortes de la trivialité selon Jeanneret : « tout s'opère, tout se crée, tout se transforme ». Cf. Valentina Grassi, *Introduction à la sociologie de l'imaginaire*, Toulouse, Eres,

s'attendre à ce que l'association alcool/Galilée conduise en retour à une sorte de profanation de sa figure<sup>72</sup>, largement sanctifiée par le positivisme puis le scientisme. D'autant plus que les effets sensitifs dus à l'excès d'alcool se marient fort bien avec la cause célèbre défendue par l'astronome : entre la Terre qui tourne et la tête, il n'y a en français qu'une différence de quelques lettres, qu'un changement de référentiel permet aisément de franchir, ce quelle que soit la langue. Et effectivement, on ne s'étonne pas de trouver nombre de ces manifestations, principalement destinées à faire rire :

Le système de Galilée est que la Terre tourne. Quand on est ivre, on croit davantage au système de Galilée. (Jean-Louis Auguste Commerson, *Petite Encyclopédie Bouffone*, 1860)<sup>73</sup>

Si Galilée avait pu faire  
Boire à ses juges du bon vin,  
Ils auraient vu tourner la Terre  
Et l'eussent absous, c'est certain.  
(Paul Avenel, couplet de *Buvons sec*, 1869)<sup>74</sup>

UN MOINE [*joue la comédie*] : J'ai le vertige. La Terre tourne trop vite. Permettez que je me retienne à vous, professeur. [*Il fait semblant de chanceler et se retient à un savant.*]

LE SAVANT [*jouant le même jeu*] : Oui, aujourd'hui, elle est encore une fois complètement saoule, la vieille.  
(Bertolt Brecht, *La vie de Galilée*, 1955)<sup>75</sup>

Nous voyons le soleil tourner autour de nous-mêmes, et si quelqu'un se voit tourner autour du soleil c'est soit qu'il est dans l'espace soit qu'il a bu un peu trop de vin. L'héliocentrisme ne va pas de soi, et Galilée va tenter de montrer que c'est le système le plus cohérent.  
(Cours d'épistémologie du blog enseignant *Think About It*, 2013)<sup>76</sup>

Certes, dans les conjugaisons sémio-kinésiques précédentes, Galilée n'est pas explicitement présenté comme ivre. Son ébriété – caractérisée par la titubation (mouvement extérieur) ou la perte de fixité visuelle (mouvement subjectif) – est induite par la réduction du monde mobile galiléen aux sensations du pochard. L'humoriste polémiste Dieudonné franchira la réserve dans son spectacle *1905*<sup>77</sup>,

2005, p. 15. Jean-Jacques Wunenburger, *Philosophie des images*, Paris, Puf, 1997, p. 47. Yves Jeanneret, *Penser la trivialité...*, op. cit., p. 17.

72. Je ne prétends nullement à une relation causale stricte, mais bien à l'existence d'une interaction complexe et subtile au sein de la sémiosphère, le « bain sémiotique » constitué faisant émerger, en tant qu'analyste, l'hypothèse d'une subversion concomitante, confirmée par la suite.

73. *Petite encyclopédie bouffonne*, Paris, Passard, 1860, p. 10.

74. *Chansons de Paul Avenel illustrées par Carlo Gripp*, Paris, Dubuisson et Cie, 1869, p. 9.

75. Bertolt Brecht, *La vie de Galilée*, op. cit., p. 62.

76. <http://thinkaboutit.virb.com/le-passage-du-gocentrisme-lhliocentrism/13750178> (consulté le 7 décembre 2014).

77. Dieudonné, *1905 : Dieudonné fête 100 ans de laïcité*, Bonnie Productions, 2005.

en incarnant l'astronome se repentant d'avoir soutenu dans un bistrot de Pise la rotondité et le mouvement de la Terre après avoir ingurgité un « alcool de patates [...] quasiment radioactif » offert par Copernic, stéréotype du « polack » alcoolique.

Si aucune relation causale n'est avérée avec la vodka Copernic citée plus tôt, l'adaptation galiléenne de celle-ci autorise certains commentateurs à associer en outre voûte céleste et phosphènes<sup>78</sup> consécutifs à l'excès d'alcool, à l'exemple d'un « guide de la vodka » proposé sur un forum de motards : « On dit que Galilée a fabriqué le premier télescope. Une demi-bouteille de ça [vodka Polmos Galileo] et vous verrez des étoiles sans foutu télescope »<sup>79</sup>. Ce genre d'expérience visuelle déroutante, lumineuse et branlante, peut aussi bien confondre alcool et stupéfiants, comme le suggère le romancier Jack Kerouac, relatant son périple maritime vers l'Italie : « Les grosses étoiles n'arrêtent pas de se balancer, comme Galilée saoul, Kepler défoncé ou Copernic rêveur »<sup>80</sup>. Sentiment d'instabilité, de papillotement lumineux, mais aussi nébulosité de l'œil comme du ciel, exploitée par un morceau de musique folk :

Galilée fixe les étoiles.  
Ah, vous devez vous dire qu'il a perdu l'esprit.  
Mettez cela sur le compte des drogues,  
Qui font voir des châteaux dans le ciel.  
(3<sup>rd</sup> Alley, *Galileo*, 2008)<sup>81</sup>

Cette vision vaporeuse peut même constituer un argument commercial, valorisant ainsi plaisir et discrétion au sein de l'hôtel slovène Galileo, tel qu'il se présente sur son site : « Après un bon repas, prenez soin de vous dans un salon à alcools de luxe. Avec cigare cubain, verre de rhum, cognac, brandy ou whisky, vous pourrez découvrir de nouvelles dimensions, comme maître Galilée au XVI<sup>e</sup> siècle. Notre personnel ne fera part d'aucune de vos découvertes à qui que ce soit ! »<sup>82</sup>. L'internaute découvrant sur la même page une relecture inédite du Galilée peint en 1641 par Sustermans<sup>83</sup>, via une animation image par image qui transforme opportunément le discret bout de lorgnette tenu par l'astronome en gobelet porté ostensiblement à la bouche, avec un clin d'œil complice.

78. Sensations lumineuses qui résultent de l'excitation des récepteurs rétiniens par un agent autre que la lumière.

79. *Galileo Vodka: They say Galileo built the first telescope. Half a bottle of this and you'll see stars without a frickin' telescope.* <http://www.vulcanbagger.com/forums/showthread.php?t=3478> (consulté le 7 décembre 2014). Ma traduction.

80. Jack Kerouac, *Vanité de Duluo*, Paris, Folio, 2012, p. 375. Traduction de Brice Matthiessent.

81. *Galileo / Checkin' out the stars / Ah, you might think that he'd lost his mind / Blame it all on drugs, sein' castles in the sky.* 3<sup>rd</sup> Alley, « Galileo », chanson extraite de l'album *Shiny Shady People*, Long Beach Records, 2008. Ma traduction.

82. <http://www.galileohotel.sk/en/restaurant> (consulté le 7 décembre.2014). Ma traduction.

83. OG Appendice I 70.

**LE « MYTHIQUE » DE LA COSMOLOGIE ÉTHYLIQUE GALILÉENNE**

Pour conclure, si d'un côté, Galilée magnifie vins et spiritueux via l'usage d'objets célestes, mobilisés à travers un patrimoine littéraire ou iconographique, de l'autre, il dévoie en quelque sorte objets, concepts, outils et pratiques astronomiques, par l'évocation possible de son ivrognerie. Ensuite, si l'on accepte l'idée que « la schématisation de la pensée mythique est essentiellement spatiale »<sup>84</sup> – proposition d'Ernst Cassirer –, l'interaction sémiotique Galilée/vins et spiritueux paraît fortement marquée par une circularité dont le mouvement peut connoter l'ébriété, mais aussi et surtout par une tension permanente et irréductible entre haut et bas, entre ciel et terre. Lesquels manifestent – sans toujours l'exprimer ouvertement – des jeux d'opposition analogues en matière de perception, de connaissance, de mobilité, de statut, chaque élément d'un même plan déclinant dans son propre champ un thème conforme au sens des autres. Par souci de clarté, on décrira ce *semi-symbole* en prolongeant – dans la Figure 3 – la structure proposée par Jacques Fontanille<sup>85</sup> (en gris) à partir des thèmes rencontrés dans le corpus.

Axe	Direction	Espace	Valeur	Etat	Perception	Connaissance	Mobilité	Statut de la personne ivre
Verticalité	Haut	Céleste	Sacré	Révélation Extase	Sens augmentés (clairvoyance)	Vérité	Âme de l'individu, libérée du corps, dans le temps et/ou dans l'espace	Election
	Bas	Terrestre	Profane	Griserie Ivresse	Sens troublés (confusion)	Fausseté	Corps prisonnier de l'âme de l'alcool, titubations dans l'ici et maintenant	Indigence

Figure 3 : Soulographie galiléenne

Certes, cette soulographie n'est pas neuve mais Galilée y trouve une place évidente, logique pour ne pas dire naturelle. Parce qu'elle est déjà bien inscrite entre ciel et terre et qu'elle est marquée par une appétence historiquement fondée, sa figure peut en effet se glisser en parfaite symbiose dans cette bipolarisation alcoolique multimillénaire. Jusqu'à en supporter de nouvelles variations, en proposer de nouvelles expressions, voire simplement en connoter l'empreinte sous-jacente. Gérard Bouchard nomme *effet de levier* ce type d'ingérence qui permet à un mythe « jeune » ou émergeant de bénéficier de l'autorité symbolique de mythes plus anciens ou répandus, facilitant ainsi sa propre diffusion<sup>86</sup>.

Enfin, dans le cas présent, cette interférence cultive un paradoxe attrayant. En effet, si l'astronome florentin ne manque pas d'être *désacralisé* en raison de ses ébriétés supposées, il est aussitôt *resacralisé* par la recomposition conceptuelle et plastique de cet imaginaire éthylique archaïque. On parle alors de *dissacralisation*<sup>87</sup>.

84. Muriel Van Vliet, « Rituel et mythe chez Warburg, Cassirer et Lévi-Strauss », *Appareil*, 2014, <https://appareil.revues.org/2074> (consulté le 26 août 2015).

85. Jacques Fontanille, *Sémiotique du discours*, op. cit., p. 139.

86. Gérard Bouchard, *Raison et déraison du mythe*. . . , op. cit., p. 145.

87. Sabino Acquaviva cité par Jean-Jacques Wunenburger, *Le sacré*, Puf, 2009, p. 106.

Laquelle participe volontiers de ce que Roger Caillois<sup>88</sup> appelait un *sacré de transgression* : une re-création récréative qui remédie justement à l'usure d'un mythe par les excès de sa re-médiation. En somme, un *carnaval symbolique* qui fait assurément de Galilée, en raison même de sa trivialité, le masque parfait d'une distinction profane/sacré aux dimensions cosmologiques<sup>89</sup>. . . d'inspiration alcoolique, voire psychotrope.

### Remerciements

Mes remerciements à Jean-Jacques Boutaud et Simona Stano, à l'initiative du colloque « Goût et identité culturelle » qui a motivé la rédaction de cet article, à Federico Tognoni pour la mise à disposition de certaines pièces iconographiques, à Philippe Ricaud ainsi qu'aux experts du comité de rédaction pour leurs relectures et conseils avisés.

### Bibliographie

- Artaud de Montor Alexis François, *Le Purgatoire, poème du Dante*, Paris, J. J. Blaise, 1813  
 Avenel Paul, *Chansons de Paul Avenel illustrées par Carlo Gripp*, Paris, Dubuisson et C<sup>e</sup>, 1869  
 Bentley Eric, *The Recantation of Galileo Galilei*, New York, Harper Colophon Books, 1972  
 Brecht Bertolt, *La vie de Galilée*, Paris, L'Arche, 1990  
 Bouchard Gérard, *Raison et déraison du mythe : au cœur des imaginaires collectifs*, Montréal, Boréal, 2014  
 Boutaud Jean-Jacques, *Sémiotique et communication : du signe au sens*, Paris, L'Harmattan, 1998  
 Caillois Roger, *L'homme et le sacré*, Paris, Folio, 1988  
 Carnino Guillaume, *L'invention de la science : la nouvelle religion de l'âge industriel*, Paris, Seuil, 2015  
 Chasles Philarète, *Galileo Galilei : sa vie, son procès et ses contemporains, d'après les documents originaux*, Paris, Poulet-Malassis, 1862  
 Commerson Jean-Louis Auguste, *Petite encyclopédie bouffonne*, Paris, Passard, 1860  
 Compagnon Antoine, *La seconde main ou le travail de la citation*, Seuil, 1979  
 Drake Stillman, *Discoveries and Opinions of Galileo*, New York, Paris, Anchor Books, 1957  
 Eliade Mircea, *Le sacré et le profane*, Paris, Gallimard, 1965  
 Ermochkine Nicholas, Iglkowski Peter, *40 Degrees East: An Anatomy of Vodka*, New York, Nova Science Publishers, 2003  
 Favaro Antonio (dir.), *Le Opere di Galileo Galilei : edizione nazionale sotto gli auspici di sua maestà il Re d'Italia*, Florence, Barbera, 1890-1909 (20 volumes en 21 tomes)  
 Floch Jean-Marie, *Petites mythologies de l'œil et de l'esprit*, Paris-Amsterdam, Hadès-Benjamins, 1985  
 Fontanille Jacques, *Sémiotique du discours*, Limoges, Pulim, 1998  
 Gessari Raffaele (éd.), *Opere di Francesco Redi, gentiluomo aretino e accademico della Crusca*, Naples, Raffaele Gessari, 1741  
 Gilquin Claude, *Hermétisme et Rose-Croix : Fama Fraternitatis, Confessio Fraternitatis*, Paris, L'Harmattan, 1998  
 Grassi Valentina, *Introduction à la sociologie de l'imaginaire*, Toulouse, Eres, 2005

88. Roger Caillois, *L'homme et le sacré*, Paris, Folio, 1988, p. 134.

89. Mircea Eliade, *Le sacré et le profane*, Paris, Gallimard, 1965, p. 30, p. 60, p. 111-112.

- Hatem Jad, *Le Vin éternel. Sur Ibn Al-Fârid*, Paris, Orizons, 2014
- Heinlein Robert, *Rocketship Galileo*, New York, Charles Scribner's Sons, 1947
- Jeanneret Yves, *Penser la trivialité : volume 1, la vie triviale des êtres culturels*, Paris, Hermès Science Publications, 2008
- Jeanneret Yves, *Critique de la trivialité : les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Le Havre, Éditions Non Standard, 2014
- Jeanneret Yves, Souchier Emmanuël, « L'étiquette des vins : analyse d'un objet ordinaire », *Communication & langages*, 121, 1999, p. 72–85
- Kerouac Jack, *Vanité de Duluoaz*, Paris, Folio, 2012
- Laurent Bénédicte, *Nom de marque, nom de produit : sémantique du nom déposé*, Paris, L'Harmattan, 2010.
- Lévi-Strauss Claude, *La pensée sauvage*, Paris, Pocket, 1990
- Lotman Youri, *La sémiosphère*, Limoges, Pulim, 2000.
- Pitte Jean-Robert, *Le vin et le divin*, Paris, Fayard, 2004
- Ponsard François, *Galilée : drame en 3 actes, en vers*, Paris, Michel Lévy Frères, 1867
- Rabatel Alain, « L'effacement énonciatif dans les discours rapportés et ses effets pragmatiques », *Langages*, 38(156), 2004, p. 3–17
- Righini Alberto, « Galileo e il vino », *Giornale di Astronomia*, 35(2), 2009, p. 10
- Roche Daniel, « Le temps de l'eau rare, du Moyen Âge à l'époque moderne », *Annales*, 39(2), 1984, p. 383–399
- Saurier Delphine, *La fabrique des Illustres : Proust, Curie, Joliot et lieux de mémoire*, Le Havre, Éditions Non Standard, 2013
- Serra Marcello, « Notes sur la sémiosphère des comics de super-héros », *Sociétés*, 106(4), 2009, p. 15–23
- Tartini Giovanni Gaetano, Franchi Santi (éd.), *Lettere scientifiche ed erudite del Conte Lorenzo Magalotti*, Florence, Tartini e Franchi, 1721
- Federico Tognoni, *Le Opere di Galileo Galilei - Appendice I : Iconografia galileiana*, Florence, Giunti Editore, 2013
- Tognoni Federico (dir.), *Galileo : il mito tra otto e novecento*, Pise, Museo Della Graphica - Pacini Editore, 2014
- Van Vliet Muriel, « Rituel et mythe chez Warburg, Cassirer et Lévi-Strauss », *Appareil*, 2014, <https://appareil.revues.org/2074>
- Wunenburger Jean-Jacques, *Philosophie des images*, Paris, Puf, 1997
- Wunenburger Jean-Jacques, *Le sacré*, Paris, Puf, 2009

---

**GUILLAUME LAIGLE**  
**guillaume.laigle@orange.fr**