

LA METÁFORA Y LA METONIMIA COMO PROCEDIMIENTOS DE CREACIÓN NEOLÓGICA EN EL DISCURSO GASTRONÓMICO ACTUAL

María Estornell Pons

(Universidad Católica de Valencia)

maria.estornell@ucv.es

Almudena Soto Nieto

(Universidad Católica de Valencia)

almudena.soto@ucv.es

Resumen:

El presente estudio supone un primer acercamiento al análisis del discurso gastronómico actual. En él encontramos nuevas formas de expresión que responden a la innovación y sofisticación que ha experimentado el ámbito culinario en los últimos años, y en las que intervienen diversos procedimientos semánticos y formales. El objetivo del artículo es analizar, desde la lingüística cognitiva, el papel de la metonimia y la metáfora conceptuales como mecanismos recurrentes en la creación de estas nuevas denominaciones y, por tanto, de neologismos semánticos en este ámbito discursivo. Para ello nos hemos basado en los distintos tipos de neología semántica y en los criterios existentes para el reconocimiento de neologismos. Los datos han sido extraídos de un corpus constituido por cartas y menús de restaurantes de categoría alta y medio-alta de distintas ciudades españolas, del que se ha seleccionado una muestra de unidades representativa del fenómeno que se estudia. El análisis revela un tipo de neología léxica dinámica en el lenguaje gastronómico, en el que la metonimia y la metáfora aparecen como estrategias cognitivas eficaces para denominar y representar los diferentes productos, con una finalidad pragmática determinada impulsada por el sector gastronómico actual.

Palabras clave: neologismo; semántica; metáfora; metonimia; gastronomía

Abstract:

This study is an approach to the analysis of neologism in current gastronomic discourse. New linguistic expressions arise from innovative and sophisticated techniques in the culinary world and they are motivated by various semantic and formal mechanisms. From the linguistic cognitive approach, we try to analyze the role of metonymy and metaphor as recurring mechanisms in the elaboration of new meanings and therefore of semantic neologisms in culinary discourse. Our analysis is based on several procedures of semantic neology and we apply current criteria to recognise neologisms. Data is obtained from a corpus constituted of menus from various top and mid-level restaurants in Spain. We show a representative sample in the present paper. The analysis reveals examples of dynamic lexical neology that are used with pragmatic intention driven by the current gastronomic sector and in which metonymy and metaphor are efficient cognitive mechanisms to express and represent different products.

Keywords: neologism; semantics; metaphor; metonymy; gastronomy

1. INTRODUCCIÓN

El mundo de la gastronomía ha experimentado en los últimos años una revolución debido a la incorporación de diferentes elementos que dan lugar a nuevos productos culinarios. De la sofisticación en la técnica de cocinado y en la presentación de los platos, y de la incorporación de ingredientes de otras culturas y etnias, surgen novedades gastronómicas que implican, a su vez, la aparición de nuevas formas de expresión en la denominación de estos originales productos. El presente artículo está dedicado a examinar algunos de los neologismos semánticos hallados en el ámbito de la gastronomía, y a analizar dos de los principales procesos semánticos responsables de su aparición. Nos ocupamos, concretamente, del papel de la metáfora y la metonimia conceptuales que intervienen como destacadas estrategias cognitivas en la creación de estas nuevas voces y significados.

Desde el paradigma de la lingüística cognitiva (LC), la metáfora y la metonimia son

consideradas mecanismos conceptuales (Lakoff y Johnson, 1980; Lakoff, 1987; Kövecses y Radden, 1998) que tienen un protagonismo esencial en la extensión semántica de las unidades léxicas. La metáfora conceptual es el procedimiento mediante el cual un dominio de nuestra experiencia, generalmente de carácter abstracto, es representado en términos de otra área semántica más concreta. Consiste en una proyección que establece una serie de asociaciones entre elementos pertenecientes al dominio *fuentes*, del que se toma la estructura, y elementos propios del dominio *meta*. Esta asociación de conceptos se manifiesta en el lenguaje. De esta manera, expresiones que utilizamos de forma cotidiana como *nuestra relación va sobre ruedas, estamos en un callejón salida, cada uno seguirá su camino...* reflejan la conceptualización del *amor* en términos de un *viaje* dando lugar a la metáfora *el amor es un viaje* (Lakoff y Johnson, 1980). La metonimia, por su parte, es otro mecanismo con un papel clave en la extensión semántica del léxico. Desde la LC, este procedimiento puede definirse de manera amplia como:

[...] la proyección asimétrica de un dominio conceptual, llamado fuente, sobre otro dominio conceptual, llamado meta, situados ambos dentro del mismo dominio conceptual y funcional y conectados por una función pragmática. El resultado de la proyección es la activación mental de la meta (Barcelona, 2011: 113).

En otras palabras, de las diferentes entidades que constituyen un mismo dominio experiencial o conceptual, una de ellas se convierte en el elemento saliente o vehículo desde el cual otra entidad es activada gracias a la fuerte conexión que existe entre ellas. Este vínculo entre ambas produce diferentes tipos de relación: PARTE POR TODO, TODO POR PARTE O PARTE POR PARTE. Así, en una expresión como *Estoy aparcado fuera* asistimos a una metonimia del tipo PARTE POR PARTE. Con ella el emisor se refiere a que es el vehículo el que se encuentra aparcado fuera y no la propia persona. Una parte del dominio CONDUCCIÓN, el CONDUCTOR, es utilizado para aludir a otra parte del mismo dominio, el VEHÍCULO. La fuerte conexión que se establece entre ellas permite que se produzca esta proyección PARTE POR PARTE dando lugar a la metonimia CONDUCTOR POR VEHÍCULO.

En cuanto a la clasificación de las unidades como neologismos semánticos, nos basamos, por un lado, en la distinción de diferentes tipos de neología léxica, entre los que se encuentran los neologismos semánticos. Estos consisten en reglas de transferencia semántica que describen cambios en la especificación semántica de una unidad mediante

ampliaciones¹, restricciones o cambios del significado, o bien mediante procesos metafóricos o metonímicos, como representan los casos que se analizarán (Cabré y Rigau, 1986: 45)². De acuerdo con Alvar Ezquerro (1999), se trata de un tipo de neología frecuente, si bien a menudo difícil de detectar debido a que no presentan ninguna evidencia formal.

Por otro lado, para el reconocimiento de una unidad como neológica, se consideran cuatro criterios, conocidos como criterio lexicográfico, criterio diacrónico o cronológico, criterio psicológico y criterio de la inestabilidad sistemática (Cabré, 1992). El criterio lexicográfico es el que más se aplica en los estudios de neología, ya que determina la neologicidad de una voz si esta no se halla en obras lexicográficas de referencia, como suele ser el DRAE en cuanto que diccionario normativo, complementado, normalmente, por un diccionario descriptivo actualizado. Por tanto, este parámetro se utiliza también para valorar el criterio cronológico, que señala el carácter reciente de una unidad léxica, si bien no existe acuerdo en torno al periodo temporal que debe considerarse como reciente, ya que se encuentra condicionado por la extensión en el uso, generalmente rastreada a través de un corpus o de fuentes de consulta complementarias³. Los otros dos criterios de reconocimiento son menos determinantes, dado que se refieren, por un lado, a la percepción o intuición del hablante, lo que representa una clasificación subjetiva; y, por

¹ Por ejemplo, en los vocabularios de especialidad es frecuente la utilización de palabras de la lengua común con nuevo significado, de modo que la voz adquiere una ampliación semántica (Lodares, 1999: 122).

² Cabe tener en cuenta otros estudios sobre la neología semántica y sus tipos. Por ejemplo, Bastuji (1974) ya distingue el *neologismo de sentido* del *neologismo ordinario* como aquel en que se desarrolla una nueva acepción para un vocablo ya existente. Asimismo Guilbert (1975) define la neología semántica como la aparición de un nuevo significado en un segmento fonológico preexistente, principalmente a través de procedimientos metafóricos. Pero incluye también la neología por conversión de la categoría sintáctica del lexema, mediante la sustantivación de un adjetivo, la adjetivación de un sustantivo, la sustantivación de un verbo o la adverbialización de un adjetivo; y la neología semántica con implicaciones sociolingüísticas, a la que se refiere como “mutaciones dentro de los niveles de lengua”, bajo la denominación de *préstamos internos*. Posteriormente, Fernández-Sevilla (1982: 33) califica tipo como neología semántica “sociológica”, definiéndola como el paso de un término de un vocabulario especializado a otro vocabulario especializado. Como neología semántica también se ha entendido en algunos estudios la formación de *lexías complejas*, o *unidades sintagmáticas* según la terminología que aquí se sigue (Guerrero Ramos, 1995: 39). Por otro lado, Núñez Cabezas (2007: 401) incluye en la neología semántica el *eufemismo*, así como el proceso que denomina *deslizamiento*, mediante el cual se genera un nuevo significado encadenado de forma natural con la idea inicial de la palabra. Por último, Freixa y Solé (2004) entienden como otro procedimiento de neología semántica el paso de nombre propio a nombre común.

³ En este sentido, Cabré y Estopà (2009) proponen los denominados *filtros de neologicidad*, en los que se combinan el criterio lexicográfico con la frecuencia de uso a través de diferentes bancos de datos.

otro lado, a la inestabilidad sistemática que suele caracterizar a un neologismo, rasgo que, sin embargo, no se da en todos los casos.

2. METODOLOGÍA Y DATOS

El estudio forma parte de una investigación más amplia cuyos objetivos son: (i) la elaboración de un corpus de neologismos gastronómicos presentes en las cartas y menús de restaurantes españoles de diferentes categorías y (ii) el análisis de dichas unidades según los procesos de formación que intervienen en ellas desde el punto de vista semántico, tales como la metáfora y la metonimia, y desde el ámbito formal, mediante procesos morfosintácticos como la afijación, la composición, la sintagmación, la conversión sintáctica, la acronimia...⁴ Como se ha apuntado en la introducción, en el presente trabajo nos centramos en el aspecto semántico y abordamos el estudio de la metáfora y la metonimia como poderosos procedimientos generadores de estas nuevas manifestaciones lingüísticas, que representan una frecuencia mayor en el corpus elaborado.

Para ello, hemos elaborado un corpus de expresiones de distinto tipo⁵ extraídas de las páginas web de diferentes cartas y menús de restaurantes de nivel medio y medio-alto de las principales ciudades españolas. De este corpus se han seleccionado 55 unidades consideradas representativas del fenómeno que se estudia⁶, 29 de las cuales corresponden a casos de metonimia y 26 a metáforas. El análisis semántico de estas se basa, como se ha indicado anteriormente, en el paradigma de la lingüística cognitiva, concretamente la Teoría Conceptual de la Metáfora y la Metonimia (Lakoff y Johnson, 1980; Lakoff, 1987; Kövecses y Radden, 1998); y la clasificación como neologismos semánticos, en los criterios señalados para la identificación de este tipo de unidades.

En efecto, las voces que se exponen evocan sentidos que no se encuentran registrados en obras lexicográficas de referencia como el *Diccionario de la Real Academia*

⁴ Procesos considerados como generadores de neologismos en estudios representativos de la materia como *Observatori de Neologia* (2004).

⁵ Este corpus se encuentra actualmente en proceso de ampliación.

⁶ El análisis del que parte este estudio abarca 100 unidades, si bien aquí se exponen 55 como muestra representativa dadas las limitaciones de espacio.

Española de la Lengua (en adelante, DRAE), en su última edición, así como en el *Diccionario Clave*, en su versión en línea⁷, en calidad de diccionario descriptivo del español actual que incorpora voces todavía no presentes en el DRAE. Esta comprobación permitiría reconocer las unidades como neologismos según el criterio lexicográfico. Sin embargo, cabe atender también a la frecuencia de uso para diferenciar entre voces neológicas difundidas (o en proceso de difusión) en la lengua (o en un determinado ámbito lingüístico), y voces nuevas de creación ocasional, no difundidas. Esta extensión en el uso se ha medido en el propio corpus de textos de los que proceden las unidades, y se ha determinado un mínimo de 5 ocurrencias en distintos textos de diferentes restaurantes para considerar una creación como difundida o en proceso de difusión. Este es el caso de la mayoría de las unidades examinadas, si bien se observan algunas no repetidas en el corpus, ni en otras fuentes electrónicas consultadas, las cuales se considerarían creaciones ocasionales, sin difusión en el uso, como se mencionará en el apartado correspondiente.

3. PRINCIPALES PROCEDIMIENTOS METONÍMICOS EN EL ÁMBITO DE LA GASTRONOMÍA

Como hemos señalado, para la LC la metonimia conceptual interviene como uno de los principales responsables de la motivación de nuevos sentidos de las unidades léxicas. En esta sección exponemos las diferentes metonimias encontradas a lo largo de nuestro análisis. En los ejemplos que proponemos consideramos la existencia de un dominio conceptual al que llamamos PRODUCTO GASTRONÓMICO con una estructura conceptual compleja que incluye otros dominios conceptuales como el de INGREDIENTES, PROPIEDADES (SABOR, OLOR, COLOR, TEXTURA...), MODO DE ELABORACIÓN, ORIGEN DEL PRODUCTO, UTENSILIOS... Entre ellos se establecen diferentes relaciones que dan lugar a diversas metonimias. Por un lado, encontramos cuatro metonimias del tipo PARTE POR TODO: PROPIEDAD SALIENTE DEL PRODUCTO POR TODO EL PRODUCTO, PARTE RELEVANTE DEL PRODUCTO POR TODO EL PRODUCTO, ACCIÓN POR PRODUCTO Y ORIGEN DEL PRODUCTO POR PRODUCTO y, por otro, cuatro metonimias del tipo PARTE POR PARTE: PROPIEDAD SALIENTE DEL PRODUCTO POR PARTE DEL PRODUCTO, CONTINENTE POR CONTENIDO, ORIGEN DEL PRODUCTO POR MODO DE ELABORACIÓN Y APARATO O

⁷ *Diccionario Clave*: <<http://clave.smdiccionarios.com/app.php>>.

UTENSILIO POR MODO DE ELABORACIÓN.

3.1. Metonimias del tipo PARTE POR TODO: PROPIEDAD SALIENTE DEL PRODUCTO POR TODO EL PRODUCTO, PARTE RELEVANTE DEL PRODUCTO POR TODO EL PRODUCTO, ACCIÓN POR PRODUCTO Y ORIGEN DEL PRODUCTO POR PRODUCTO

Cada vez es más frecuente encontrar en las cartas y menús de restaurantes ejemplos como los siguientes:

- (1) *Crujiente* de jamón⁸
- (2) *Cre moso* de chocolate blanco
- (3) *Meloso* de cordero lechal con puré de patata y cebolla caramelizada

En (1-3) los adjetivos *crujiente*, *cremoso* y *meloso* encabezan las expresiones con las que el plato es presentado al cliente. Estos adjetivos encierran información acerca de la constitución o textura del producto, una de las muchas propiedades del plato que ha sido seleccionada en estas expresiones para su denominación. A nivel conceptual la textura actúa como la parte más saliente o representativa del plato constituyendo la fuente que lo activa en su totalidad. La metonimia resultante es del tipo PARTE POR TODO, concretamente, PROPIEDAD SALIENTE DEL PRODUCTO POR TODO EL PRODUCTO y, en un nivel más concreto, TEXTURA DEL PRODUCTO POR TODO EL PRODUCTO. La metonimia es, por lo tanto, la responsable de la creación de los nuevos significados para las palabras *crujiente*, *cremoso* y *meloso*, y provoca, además, un cambio en la categoría gramatical de la palabra causando la sustantivación de los adjetivos. Las expresiones *arroz untuoso de calamar*, *arroz cremoso de trompetas*, *níscalos y ajedrea* y *arroz caldoso con bogavante* son también manifestaciones lingüísticas de la metonimia TEXTURA DEL PRODUCTO POR TODO EL PRODUCTO.

Otros platos son denominados desde la perspectiva de uno de sus ingredientes. El procedimiento metonímico que tiene lugar en estos casos es el de PARTE RELEVANTE DEL PRODUCTO POR TODO EL PRODUCTO y más concretamente INGREDIENTE RELEVANTE POR TODO EL PLATO, al considerar que los ingredientes constituyen una de las diferentes partes de todo

⁸ Al final del artículo se añade un apéndice con las fuentes electrónicas correspondientes a los distintos ejemplos.

producto gastronómico. Esto es lo que sucede en expresiones tradicionales como *hojaldre de...* que encontramos en los ejemplos *hojaldre de dátiles y bacon* u *hojaldre de albaricoque con helado de pistacho*. Actualmente, es la proyección que actúa en la extensión semántica de los neologismos *curry* y *chutney* en (4) y (5). Las palabras *curry* y *chutney* hacen referencia a condimentos de la cocina india que son utilizados para dar nombre a un plato en su totalidad.

(4) *Curry dulce de frutas, hierbas y coco*

(5) *Atún rojo a la plancha con chutney de tomate, verduras al vapor y sésamo*

Dentro de las metonimias PARTE POR TODO analizamos también aquellos neologismos que son el resultado de la metonimia ACCIÓN POR PRODUCTO. En este caso los platos son activados conceptualmente desde la perspectiva de su modo de preparación. Esta proyección está presente ya en ejemplos clásicos registrados en el DRAE como *licuado de*, *marinado de* o *revuelto de*. Sin embargo, no se recogen los ejemplos (6-9) en los que los sustantivos *salteado*, *emulsión* (tomado del dominio de la *química*), *reducción* y *envueltos* expresan el resultado final de un proceso de elaboración:

(6) *Salteado de setas de primavera*

(7) *Ensalada de queso de cabra con emulsión de manzana y frutos secos*

(8) *Reducción de higos y pasas al Pedro Ximénez*

(9) *Envueltos de salmón con langostinos*

Por otra parte, el hecho de que la llamada cocina de fusión se caracterice por combinar diferentes técnicas culinarias e ingredientes de diferentes países y culturas, favorece la introducción de voces de otras lenguas que se vuelven de uso cotidiano. La expresión (10), de origen japonés, es un neologismo en el que encontramos esta misma proyección ACCIÓN POR PRODUCTO, ya que el término *tataki* indica la manera de preparar el pescado o la carne de la cocina japonesa que constituyen los ingredientes principales del plato:

(10) *Tataki de atún*

Por último, es interesante analizar en este apartado el vocablo *ibéricos*. Se trata de un ejemplo de la proyección ORIGEN DEL PRODUCTO POR EL PRODUCTO. De la misma manera que sucede con la expresión *un rioja*, en referencia al dominio del vino, la proyección metonímica presente en *ibéricos* tiene lugar debido a que la fuente, el lugar del que proceden estos productos cárnicos típicos, es la que da acceso al producto, que es la meta. La palabra *ibéricos* aparece en el DRAE con tres acepciones diferentes: 1. Natural de Iberia, 2. Pertenciente o relativo a la Península Ibérica y 3. Lengua de los antiguos iberos, pero hasta ahora no se recoge una acepción que haga referencia a los productos procedentes del cerdo ibérico.

3.2. Metonimias del tipo PARTE POR PARTE: PROPIEDAD SALIENTE DEL PRODUCTO POR PARTE DEL PRODUCTO, CONTINENTE POR CONTENIDO, ORIGEN POR MODO DE ELABORACIÓN Y UTENSILIO POR MODO DE ELABORACIÓN

Además de la relación parte-todo, encontramos otros patrones metonímicos en las expresiones gastronómicas analizadas. En este caso se ve reflejada la relación entre diferentes partes del dominio PRODUCTO GASTRONÓMICO, de manera que asistimos a metonimias como PROPIEDAD SALIENTE DEL PRODUCTO POR PARTE DEL PRODUCTO, CONTINENTE POR CONTENIDO, ORIGEN POR MODO DE ELABORACIÓN Y APARATO O UTENSILIO POR MODO DE ELABORACIÓN. Como se observa en *ensalada verde* (11), el adjetivo *verde* es un ejemplo de la metonimia PROPIEDAD SALIENTE DEL PRODUCTO POR PARTE DEL PRODUCTO. El color actúa como vehículo que activa el dominio *vegetales* que, a su vez, constituye una parte de los diferentes componentes del plato. La metonimia parte-parte implicada es COLOR POR INGREDIENTE.

(11) *Ensalada verde* de ventresca y tomate

Las expresiones (12) y (13) también son ejemplos de la metonimia PROPIEDAD SALIENTE DEL PRODUCTO POR PARTE DEL PRODUCTO. Las proyecciones metonímicas concretas son TEMPERATURA POR TIPO DE INGREDIENTES y TEMPERATURA POR MODO DE PREPARACIÓN, respectivamente. Los adjetivos *templada* y *tibio* tienen el papel de ser el punto de

referencia para activar el tipo de ingredientes que contiene el plato en (12) y el modo de elaboración implicado en (13). En el caso de *ensalada templada* el adjetivo anuncia que no estamos ante una ensalada tradicional compuesta solo por ingredientes crudos o fríos, y en (13) *tibio* da información acerca de la elaboración del producto y la temperatura a la que debe ser consumido.

(12) *Ensalada templada* de bacalao con pimientos del piquillo, ajoblanco y emulsión de pil pil

(13) *Pastel tibio* de arándanos y frutos secos con crema de miel y helado de vainilla

La metonimia CONTINENTE POR CONTENIDO genera un gran número de nuevas voces como se puede observar en las expresiones (14-19). En todas ellas asistimos al empleo del recipiente en el que los alimentos son cocinados -*terrina* (14), *marmita* (15) y *wok* (16), término de origen chino-, o bien presentados al cliente -*tabla* (17), *cartucho* (18), *bol* (19)- para identificar al plato en general. En un nivel de concreción más bajo la metonimia resultante es RECIPIENTE POR PRODUCTO CONTENIDO EN ÉL:

(14) *Terrina* de foie con salmón ahumado

(15) *Marmitako* de atún

(16) *Wok* de verduras asiáticas con gambas

(17) *Tabla* de embutidos ibéricos

(18) *Cartucho* de pescado frito variado

(19) *Bol* de patatas fritas

Por otra parte, entre las muestras analizadas son muy frecuentes las expresiones que presentan un producto gastronómico a través de colocaciones y expresiones que indican el aparato o utensilio con el que es elaborado. En tales voces destaca una metonimia del tipo parte-parte en la que la relación se establece entre el aparato y el modo de elaboración del producto. La metonimia resultante es APARATO O UTENSILIO POR MODO DE ELABORACIÓN. Un ejemplo tradicional de esta proyección es la expresión *a la plancha* que encontramos en *gambas a la plancha*, *calamar a la plancha*, *solomillo de*

buey a la plancha... Hoy encontramos otras expresiones como *al horno*, *a la sartén*, *a la llama* o *a la parrilla*.

(20) Salmón *al horno* con costra aromatizada con lima y especias

(21) Foie *a la sartén* con estofado de tabella y algas

(22) Lisa *a la llama* con berenjena ahumada y migas marineras

(23) Verduras *a la parrilla* con parmesano rallado

Por último, tampoco la metonimia ORIGEN POR MODO DE ELABORACIÓN es nueva en la extensión semántica dentro del ámbito culinario. Sin embargo, continuamente aparecen nuevas voces que la contienen. Encontramos expresiones en las que un adjetivo o locución adjetival informa del tipo de plato o su modo de preparación indicando la zona geográfica de la procede. Consideramos que en estos casos se originan neologismos en los que interviene una proyección del tipo ORIGEN POR TIPO DE PLATO O MODO DE PREPARACIÓN DEL PLATO:

(24) Adobito *sevillano*

(25) Gazpacho *andaluz* con guarnición de verduras

(26) Ensalada *valenciana*

(27) Sopa *castellana*

(28) Bacalao *a la vizcaína*

(29) Pulpo *a la gallega*

4. PRINCIPALES PROCEDIMIENTOS METAFÓRICOS EN EL ÁMBITO DE LA GASTRONOMÍA

Como se ha indicado en la introducción, según la Teoría de la Metáfora Conceptual (Lakoff y Johnson, 1980), la metáfora es un proceso de cognición por el *que un dominio fuente se representa conceptualmente en términos de otro*, llamado *dominio meta*, a partir de la percepción de un parecido o proyecciones de conocimiento, o bien de una base experiencial, de la existencia de metáforas previas que constituyen ya un marco conceptual a partir del que se forman nuevas proyecciones, así como del pensamiento

metonímico. Basándonos en esta descripción de la metáfora conceptual, a continuación se exponen diversos casos de creaciones metafóricas documentados en el corpus reunido, con las que se denominan platos de diferentes cartas y menús. La metáfora puede transmitir la forma en que se presenta el alimento en cuanto a su configuración externa, o también otros rasgos concretos que adopta según su preparación, como pueden ser la textura o la sensación que produce al tacto (blando, jugoso, ligero, gelatinoso, etc.); el sabor (un punto dulce, frutal, amargo, especiado, etc.); o la capacidad de contener o estar relleno. Estas denominaciones de los platos suponen nuevas formas de expresión con una función pragmática dirigida a atraer la atención del lector-cliente, como se observará en los distintos casos. A partir de la naturaleza del dominio meta, pueden distinguirse los siguientes tipos de creaciones metafóricas.

4.1. Metáforas basadas en formas geométricas

Algunos platos de la cocina actual se expresan a través de figuras geométricas propiamente dichas, cuyos rasgos semánticos se proyectan sobre el alimento para describir el modo en que se presenta este, como en

(30) *Esfera* de chocolate y tartufo

(31) *Esfera* jugosa de patatas revolconas con pulpo a la parrilla en equilibrio

(32) *Semiesfera* de chocolate blanco y mango líquido con su crujiente

El primer elemento de la construcción sintagmática (*esfera* y *semiesfera*) expresa la forma determinada que va a adoptar el alimento servido en el plato, el cual se indica en el resto de la construcción en forma de sintagma preposicional.

En otros casos, la metáfora expresa otras formas de configuración externa, no definida geoméricamente, representativa del aspecto que va a recibir el alimento referido. Así en

(33) *Dados* de patatas

(34) *Torre* de tres chocolates

(35) *Palotes* de morcilla

El dominio fuente exporta los rasgos semánticos pertenecientes a una configuración externa determinada, proporcionando una descripción gráfica del plato: patatas presentadas en forma de dados, combinación de chocolates dispuesta en forma de torre, morcilla preparada con forma de palote. Por tanto, se da una identificación entre la forma de configuración concreta y el alimento descrito.

4.2. Metáforas basadas en otros términos gastronómicos

También es frecuente encontrar metáforas expresadas por otra voz propia del ámbito gastronómico o culinario, pero usada con un sentido diferente al literal. Así en los ejemplos siguientes:

(36) Pichón de Araiz con cerveza negra y *bombón* de maíz

Se denomina *bombón* a una preparación culinaria que se presenta con las características semánticas de dicho alimento, que serían las de una pieza pequeña, generalmente redonda, blanda o jugosa, y normalmente rellena. De modo que, en ejemplos como este, el maíz adopta un aspecto parecido al de un bombón, a la vez que con este vocablo se transmiten otros significados inferenciales como 'sabroso', 'delicado', inherentes al concepto de bombón. De igual modo, se emplea la voz *caramelo* para denominar metafóricamente un alimento presentado como pieza pequeña, generalmente con un toque dulce, y que resulta sabrosa y apetecible, como se ejemplifica en (37), donde el solomillo se equipara con un caramelo debido al resultado que adopta tras su preparación:

(37) *Caramelo* de solomillo ibérico con torta del casar y chocolate

A continuación, la palabra *piruleta* se aplica importando de su dominio fuente los rasgos del contenido literal correspondientes al color, motivado por el atún rojo; a la forma y a su valor positivo como tipo de caramelo que es, si bien en este ejemplo denomina un alimento salado:

(38) *Piruleta* de hueva de leche de atún rojo

En el caso que sigue, se concibe como una *mousse* la morcilla elaborada de forma que se convierte en una crema esponjosa y agradable al paladar, rasgos que comparte con el concepto de *mousse*:

(39) *Mousse* de morcilla fresca

También la morcilla puede relacionarse con una *magdalena* si se presenta emulando su forma y su textura, rompiendo el significado común de la voz *magdalena* debido a su rasgo semántico 'dulce' inherente al bollo que la define:

(40) *Magdalenas* de morcilla

Se halla muy extendido el uso de la voz *milhojas*, propia de la repostería, con un significado diferente para denominar cualquier plato preparado con la forma de un pastel milhojas, es decir, en capas superpuestas, independientemente del número de capas, de su carácter dulce o salado y de su forma rectangular o no, a diferencia del sentido original del vocablo. De modo que es la característica semántica de la forma la que se proyecta de un dominio a otro generando la metáfora:

(41) *Milhojas* de pulpo frito

Igualmente sucede con *carpaccio*, que ha pasado a designar alimentos que se disponen en forma de láminas muy finas con su superficie condimentada con alguna salsa, aliño u otro condimento. Estos rasgos se proyectan desde un dominio fuente original, el *carpaccio* compuesto de lonchas de carne o pescado crudos, a un dominio meta que es una preparación compuesta de otro tipo de alimento, como puede ser la fruta en:

(42) *Carpaccio* de piña natural con helado de coco al curry

En este otro caso, la palabra *corneto*, referida a un tipo de helado⁹, se aplica para nombrar una preparación culinaria salada, a partir del parecido de la forma en forma de cono:

(43) *Corneto* de atún rojo a la soja y alga nori

En este ejemplo, el término *bikini*, empleado en el ámbito culinario para nombrar un tipo de sándwich compuesto de dos ingredientes específicos, sufre una modificación semántica al referirse a la combinación de dos chocolates presentados con una forma similar a la del sándwich, lo que constituye el contenido proyectado¹⁰.

(44) *Bikini* de chocolates

Por último, se hallan también ejemplos de metáforas en las que el dominio fuente es una clase de bebida y el dominio meta un plato concreto, como sucede en

(45) *Cubalibre* de foie gras con *escarcha* de limón y rúcula silvestre

En este ejemplo, el modo de preparación del plato se asocia con un cubalibre basándose en su parecido formal, generalmente de color marrón, cilíndrico y alargado¹¹, por lo que son estos rasgos los que se proyectan y crean un sentido figurado que aporta un gran efecto de choque. En este mismo ejemplo, la palabra *escarcha* resulta igualmente metafórica al referirse a una especie de capa sobre el foie, compuesta de una preparación de limón, que se compararía con el concepto de escarcha por la propiedad de algo de color blanco, fino, que cubre, y que presenta un valor estético.

Según los ejemplos analizados, en las metáforas basadas en otros términos culinarios, los rasgos que predominan en la proyección de un dominio a otro son los relativos a la forma, ya que posibilitan una imagen conceptual más o menos clara del alimento

⁹ Comercializado como tal, de modo que la voz no se encuentra codificada lexicográficamente con este significado.

¹⁰ Este significado no se registra en los diccionarios, si bien se documenta en numerosas cartas y menús del sector hostelero.

¹¹ El color marrón corresponde al cubalibre original compuesto de la mezcla de ron y cola, y la forma cilíndrica y alargada, al tipo de vaso en el que se sirve generalmente.

designado. Junto a ellos, se desprenden también rasgos connotativos asociados al concepto del dominio fuente que contribuyen a aumentar el atractivo del plato que se presenta.

4.3. Metáforas basadas en palabras de 'cantidad'

Un tercer tipo de metáforas que puede distinguirse se produce con voces trasladadas que denotan 'cantidad' pero fuera de su extensión o ámbito semántico común:

(46) *Dúo* de chocolate

(47) *Trilogía* de chocolate

(48) *Trilogía* de humus

En el primer caso, se aplica el rasgo 'dos' relativo a personas a la suma de dos tipos de chocolate; y en el segundo, el rasgo 'tres', vinculado a obras literarias, se proyecta a la combinación de tres chocolates. De modo que la aplicación vocablos como *dúo* o *trilogía* a un dominio culinario revierte en un sentido figurado que aporta un valor original al discurso.

4.4. Metáforas basadas en distintas áreas semánticas

Otras creaciones metafóricas no se clasificarían en ninguno de los tres tipos apuntados dado que toman palabras de diferentes áreas semánticas, generalmente para expresar forma, textura y otras inferencias, relacionadas con un efecto estilístico. Es el caso de voces como *nube*, *espuma*, *gel*, *tierra*, *hilos*, *cama...*, en los ejemplos que se describen.

(49) Tartar de Solomillo de Vacuno con Tosta de pan casero y *nube* de Parmesano

En la construcción *nube de parmesano* la presentación del queso evoca una nube por su forma y por su textura esponjosa, a la vez que se desprenden inferencias como algo estético y decorativo.

(50) Lubina al aceite de pistachos con *espuma* de espárragos blancos.

En esta denominación, la palabra *espuma* indica que los espárragos se elaboran y presentan de manera que comparten características con la espuma (según la definición de DRAE), esto es, en forma esponjosa, con pequeñas burbujas y extendidos sobre la superficie del plato. Además, se derivan también las inferencias de placentero, apetecible..., asociadas a la espuma presente en otros alimentos o referentes (agua espumosa para un baño, gel espumoso, batido espumoso, etc.).

(51) Salmón con *gel* de tomate con polvo helado de queso stilton

De igual modo, el tomate adopta una configuración parecida a un gel si se trata y sirve de una determinada manera; y la palabra *polvo* proyecta su rasgo de 'porción menuda y deshecha' para referirse a un queso que se conserva frío y se espolvorea como condimento estético en un plato.

(52) Presa ibérica con *cenizas* de cebolla

Este ejemplo sugiere una forma especial de presentar un acompañamiento de cebolla que guarda parecido con las cenizas, generando una imagen estética.

(53) *Tierras* de chocolate con espuma de galleta y setas de vainilla

Asimismo, en la expresión *tierras de chocolate*, el chocolate se representa como la tierra al disponerlo desmenuzado y extendido sobre la superficie del plato, a partir de su parecido de color principalmente, lo que aporta un efecto estético a la denominación de este postre.

(54) *Hilos* de carne y tallos de lechuga

La carne deshecha a modo de filamentos se conceptualiza como *hilos de carne*, en busca de un manera original de presentar tal alimento.

(55) Anchoa del Cantábrico con *cama* de pimientos torrats a la flama.

El dominio semántico *cama* proyecta su rasgo de 'base blanda y alargada sobre la que se acuesta un elemento' para referirse a un alimento que actúa de base para otro en la presentación del plato, proporcionando una expresión estilística.

Por tanto, en la creación de estas metáforas procedentes de diversas áreas conceptuales, se han tenido en cuenta rasgos de contenido relacionados con la forma, rasgos connotativos encargados del efecto pragmático y también otros según el caso concreto, como puede ser la función en *gel de tomate* y *cama de pimientos*, dado que el gel se aplica al salmón como acompañamiento en (58), y la cama sirve de base para la anchoa en (55). Todas estas expresiones, pues, constituyen una estrategia cognitiva recurrente en el discurso gastronómico.

5. CONCLUSIONES

Según apuntábamos en la introducción, en estas páginas se ha pretendido mostrar la incidencia de la metonimia y la metáfora como procesos semánticos generadores de unidades léxicas nuevas en el ámbito culinario y de la restauración. Se trata de un uso intencionado en respuesta a las novedades y sofisticación que ha experimentado, y continúa haciendo, el sector gastronómico. En consonancia, el lenguaje que lo expresa es igualmente novedoso y sofisticado, principalmente en el caso de la alta cocina. Tales cualidades las aportan diversos recursos tanto semánticos como formales (a los cuales atendemos en otro estudio), si bien son los mecanismos de la metonimia y la metáfora los que proporcionan formas más estilísticas, al desarrollarse a través de imágenes conceptuales.

En efecto, los ejemplos descritos en el presente estudio responden a una función pragmática relacionada con la presentación de un plato determinado de un modo más

gráfico, sugerente, original, innovador..., con el fin de llamar la atención del lector-cliente y que se sienta atraído por el plato referenciado. Se trata, pues, de una herramienta lingüística eficaz como estrategia de *marketing* empleada en el sector hostelero de hoy en día. La proliferación de estos recursos en tal ámbito discursivo se ilustra con la clasificación expuesta para los distintos tipos de metonimia: 1) parte-parte y 2) parte-todo, representados con diversos ejemplos; y con la agrupación que se ha realizado de las metáforas detectadas, según se basen en 1) formas geométricas, 2) otros términos gastronómicos, 3) voces de 'cantidad' y 4) distintas áreas semánticas. Tanto la metonimia como la metáfora funcionan como estrategias cognitivas altamente rentables en el lenguaje gastronómico actual. Respecto a la metonimia, se observa, por una parte, cómo diferentes partes constitutivas de la entidad PRODUCTO GASTRONÓMICO son los elementos focalizados para dar acceso a todo el producto. Esas partes constitutivas analizadas en los datos que aporta este estudio son la *textura*, los *ingredientes*, la *acción o modo de elaboración* y el *origen del producto*. Por otro lado, encontramos proyecciones del tipo PARTE POR PARTE en las que unos elementos del dominio producto gastronómico activan otras partes situadas dentro del mismo dominio. Se trata de las metonimias COLOR POR INGREDIENTES, TEMPERATURA POR TIPO DE INGREDIENTE Y TEMPERATURA POR MODO DE ELABORACIÓN, RECIPIENTE POR CONTENIDO, UTENSILIO POR CONTENIDO, APARATO O UTENSILIO POR MODO DE ELABORACIÓN Y ORIGEN POR TIPO DE PLATO O POR MODO DE ELABORACIÓN. En las metáforas, los rasgos que se proyectan del dominio fuente al dominio meta están relacionados principalmente con la forma, a partir de la apreciación de un parecido entre los elementos, si bien generalmente intervienen otros valores semánticos de carácter connotativo, en relación con el efecto pragmático apuntado.

Los significados que generan estos recursos expresivos resultan novedosos con respecto a los significados literales correspondientes, registrados lexicográficamente, por lo que constituyen neologismos semánticos, la mayoría de los cuales presenta extensión en el uso propio del sector. Así unidades metonímicas como *crujiente*, *cremoso*, *meloso*, *salteado*, *reducción*, *tataki*, *tabla* o *wok*; o metáforas como *carpaccio*, *milhojas*, *esfera*, *trilogía*, *espuma*, *gel*, *cama* o *cenizas*. Sin embargo, expresiones como *canastilla*, *magdalenas de morcilla* o *cubalibre de foie* aparecen como creaciones ocasionales adscritas a un texto concreto, sin recurrencia de uso.

Lodares (1999) asevera que la economía de medios es la razón esencial de la neología semántica, puesto que así se rentabilizan las palabras ya existentes y se evita la innumerable nomenclatura que supondría para una lengua el hecho de recurrir a vocablos nuevos para nombrar todas las novedades que se van creando. Sin embargo, ejemplos como los ilustrados que caracterizan la expresión gastronómica actual no obedecen tanto a dicha economía de medios como a la propia representación conceptual del hablante, motivadora de tales metonimias y metáforas, al servicio de una intención comunicativa determinada. De acuerdo con Freixa y Solé (2004), la mayoría de los neologismos semánticos no responden a una necesidad denominativa objetiva de la sociedad sino más bien a una necesidad subjetiva de expresividad por parte del hablante, principalmente en el lenguaje de los medios de comunicación para embellecer o hacer más atractivo el discurso, según apunta Núñez Cabezas (2007: 393). En este sentido, en el discurso culinario se aprecia un proceso de cambio motivado por una nueva moda gastronómica que recibe un fuerte impulso mediático y que persigue propiamente ese embellecimiento y atractivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvar Ezquerro, M. (1999). El neologismo: caracterización, formación y aceptabilidad. En J. M. González Calvo, L. Montero Curiel & J. Terrón González (Eds.), *V Jornadas de Metodología y Didáctica de la Lengua Española: el neologismo* (pp. 39-66). Cáceres: Universidad de Extremadura.
- Barcelona, A. (2011). La metonimia conceptual. En I. Ibarretxe-Antuñano & J. Valenzuela (Eds.). *Lingüística cognitiva* (pp. 110-133). Barcelona: Anthropos.
- Bastuji, J. (1974). Aspects de la néologie sémantique. En Guilbert, L. (Ed.), *La néologie lexicale. Langages* 36, 6-19.
- Cabré, M. T. (1992). *La terminologia. Teoria, els mètodes, les aplicacions*. Barcelona: Empúries.

- Cabré, M. T. & G. Rigau (1986). *Lexicología i semántica*. Barcelona: Enciclopedia Catalana.
- Cabré, M. T. & R. Estopà (Ed.) (2009). *Les paraules noves. Criteris per detectar i mesurar els neologismes*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, Eumo Editorial.
- Fernández-Sevilla, J. (1982). *Neología y neologismo en español contemporáneo*. Granada: Universidad de Granada (Don Quijote).
- Freixa, J. & E. Solé (2004). *Llengua catalana i neologia*. Barcelona: Meteora.
- Guerrero Ramos, G. (1995). *Neologismos en el español actual*. Madrid: Arco/Libros.
- Guilbert, L. (1975). *La créativité lexicale*. París: Larousse.
- Kövecses, Z. & Radden, G. (1998). Metonymy: developing a cognitive linguistics view. *Cognitive Linguistics*, 9-1, 37-77.
- Lakoff, G. (1987). *Women, Fire, and Dangerous Things*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lodares, J. R. (1999). Neología semántica. En J. M. González Calvo, L. Montero Curiel y J. Terrón González (Eds.), *V Jornadas de Metodología y Didáctica de la Lengua Española: el neologismo* (pp. 117-130). Cáceres: Universidad de Extremadura.
- Núñez Cabezas, E. A. (2002). Incremento del vocabulario por procedimientos semánticos. Metáfora y eufemismo. Fenómenos de manipulación. En M. V. Romero Gualda (Coord.), *Lengua española y comunicación* (pp. 393-403). Barcelona: Ariel.
- Observatori de Neologia (2004). *Metodología del trabajo en neología: criterios, materiales y procesos*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, Institut Universitari de Lingüística Aplicada.

Real Academia Española (2014). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa.
SM Dicciones. *Diccionario Clave*. <http://clave.smdicciones.com/app.php>

APÉNDICE: FUENTES ELECTRÓNICAS DE EXTRACCIÓN DE LOS EJEMPLOS

- (1): <http://dolum.es/carta/entrantes/>
- (2): http://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g187497-d3838046-i134459533-DOQ_BARCELONA_Restaurant_Cocktail_Bar-Barcelona_Catalonia.html
- (3): <http://www.bcnrestaurantes.com/barcelona.asp?restaurante=IMPREVIST>
- (4): <http://es.menus.net/restaurante/8508/ricard-camarena/imagenes>
- (5): <https://es-es.facebook.com/RestauranteCandela/posts/299471660068706>
- (6): <http://dolum.es/carta/entrantes/>
- (7): <http://restaurantesvalencianos.com/index.php/especialidades/arrocias/216-diblu>
- (8): <http://dolum.es/carta/entrantes/>
- (9): <http://www.hotelvalencialasarenas.com/files/2014MenusBodas.pdf>
- (10): http://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g187441-d4236304-i77972810-Restaurante_Principal-Granada_Province_of_Granada_Andalucia.html
- (11): <http://becco.es/menu/ensalada-verde-de-ventresca-y-tomate/>
- (12): <http://www.restaurantelaencina.net/ideas-para-un-san-valentin-de-autentico-lujo/>
- (13): http://www.cdlicbarcelona.com/pdf/CDLC-01-Menu-Food_web.pdf
- (14): http://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g1066172-d2163826-i49943213-Bo2_Restaurant_Botiga-Monistrol_de_Montserrat_Catalonia.html
- (15): <http://www.lamorataberna.com/carta.html>
- (16): <http://www.anafretapas.com/nuestra-carta/list/1>
- (17): <http://www.bcnrestaurantes.com/barcelona-carta.asp?restaurante=cata-1-81>
- (18): http://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g2589240-d6475419-i107527016-Restaurante_Bar_el_Prau-Terenes_Ribadesella_Asturias.html
- (19): <http://restaurantemyway.com/wok-de-gambas/>
- (20): <http://restaurantefinmundo.blogspot.com.es/2014/09/salmon-al-horno-con-costra-aromatizada.html>
- (21): <http://cuandosalimosdecasa.blogspot.com.es/2015/01/restaurante-q-de-barella-enero-2015.html>

- (22): <http://cuandosalimosdecasa.blogspot.com.es/2015/01/restaurante-q-de-barella-enero-2015.html>
- (23): <http://www.restaurantedivino.com/nuestraCarta.html>
- (24): <http://www.lutincaferestaurante.com/index.php/component/content/article/2-uncategorised/31-eventos-2>
- (25): <http://www.elreymoro.com/index.php/es/restaurante-sevilla-tapas-bar/carta-restaurante>
- (26): <http://www.restauranteelreino.com/menu/>
- (27): <http://www.cepa21restaurante.com/restaurante/sopa-castellana/>
- (28): <http://restaurantecasapavon.es/restaurante/nuestra-carta/>
- (29): <http://www.opulpo.com/index.php/la-carta>
- (30): <http://www.limonar40.com/>
- (31) http://www.abc.es/local-castilla-leon/20150731/abci-diez-comedores-para-turistas-201507291333_1.html
- (32): http://www.abc.es/local-castilla-leon/20150731/abci-diez-comedores-para-turistas-201507291333_1.html
- (33): www.restauranteabiss.com
- (34): <http://www.limonar40.com/>
- (35): <http://www.limonar40.com/>
- (36): <http://www.restauranterodero.com/indexes.html>
- (37): <http://www.restaurantezuloaga.com/lacarta.php?id=12>
- (38): <http://www.restauranteelcampero.es>
- (39): <http://www.elcorraldelindianu.com/>
- (40): <http://www.restaurantelafabula.com>
- (41): <http://www.alcuza.es>
- (42): <http://www.lamalaquita.com/y-de-postres/>
- (43): <http://www.vuelvecarolina.com/CARTAS/CARTA-VC-Agosto-2015.pdf>
- (44): <http://laereta.es/menu/>
- (45): <http://www.vuelvecarolina.com/ES/inicio#>
- (46): <http://www.restaurantelafabula.com>
- (47): <http://mesonsanjuan.com/menu-item/trilogia-de-chocolate-con-salsa-inglesa/>

- (48): <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/22/nota/4466361/restaurante-bekka-toques-mediterraneo-libanes>
- (49): <http://restaurantes.turisvalencia.es/Menu.aspx?customevent=18&idrs=9070&ide=18&lng=es>
- (50): <http://www.nicomedesrestaurante.es>
- (51): <http://www.restauranterodero.com/indexes.html>
- (52): <http://www.lescaleta.com/carta/>
- (53): <http://www.restaurantevertical.com/#menu-gastronomico-noche>
- (54): <http://www.ramonfreixamadrid.com/es/la-carta.php>
- (55): <http://www.restauranteabiss.com>