

# Onomástica de los platos de la comida peruana desde la perspectiva de la lingüística cognitiva.

Loayza-Maturrano, Edward Faustino.

Cita:

Loayza-Maturrano, Edward Faustino (2021). *Onomástica de los platos de la comida peruana desde la perspectiva de la lingüística cognitiva. Tesis, 14 (19), 175-190.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/edward.faustino.loayza.maturrano/27>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/p8Mo/z38>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Para ver una copia de esta licencia, visite  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

**Onomástica de los platos de la comida peruana desde la  
perspectiva de la lingüística cognitiva**  
*Onomastics of the dishes of Peruvian food from the perspective of  
cognitive linguistics*

**Edward Faustino Loayza-Maturrano**  
Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú.  
edwloma@lamolina.edu.pe  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1359-8414>

**Resumen**

El objetivo de este artículo es determinar, a través del análisis de los tipos de metáforas y metonimias conceptuales, los procedimientos cognitivos específicos empleados en la denominación de los platos de la comida peruana; todo ello basado en la teoría de la lingüística cognitiva. El método de investigación es cualitativo-hermenéutico de tipo análisis crítico del discurso sustentado en la teoría de la lingüística cognitiva. Los resultados muestran que los nombres de platos de la comida peruana presentan procesos metafóricos de dos tipos: metáfora única y metáforas múltiples. Asimismo, los nombres de platos de la comida peruana presentan dos procesos metonímicos: metonimia única y metonimias múltiples. También se determina la existencia de interacción entre metáfora y metonimia en el proceso de denominación de platos. La conclusión del estudio explica que el individuo al denominar los platos evidencia tres tendencias en la creación onomástica: tendencia de elección cultural, tendencia de experiencia personal y tendencia pragmática.

**Palabras-clave:** léxico gastronómico, metáfora conceptual, metonimia conceptual, onomástica culinaria

**Abstract**

The objective of this article is to determine, through the analysis of the types of metaphors and conceptual metonymies, the specific cognitive procedures used in the naming of Peruvian food dishes; all based on the theory of cognitive linguistics. The research method is qualitative-hermeneutical of the critical discourse analysis type supported by the theory of cognitive linguistics. The results show that the names of Peruvian food dishes present metaphorical processes of two types: single metaphor and multiple metaphors. Likewise, the names of Peruvian food dishes present two metonymic processes: single metonymy and multiple metonymies. The existence of interaction between metaphor and metonymy in the process of naming dishes is also

determined. The conclusion of the study explains that the individual when naming the dishes shows three tendencies in onomastic creation: tendency of cultural choice, tendency of personal experience and pragmatic tendency.

**Keywords:** gastronomic lexicon, conceptual metaphor, conceptual metonymy, culinary onomastics

**Fecha de envío:** 2/8/2021 **Fecha de aceptación:** 16/11/2021

## Introducción

Hoy en día, el enfoque cognitivo para el estudio de diversas unidades lingüísticas es la corriente principal de la lingüística. Por ello, no solo existe la lingüística cognitiva como campo de conocimiento, sino que también se han distinguido por separado la semántica cognitiva, la gramática cognitiva, la lexicografía cognitiva, etc. (Ungerer y Schmid, 2013; Winters y Nathan, 2020). En ese sentido, es relevante destacar la onomástica cognitiva como una de las direcciones incluidas en la lingüística cognitiva. Ello debido a que los métodos tradicionales de búsqueda de nombres propios no son lo suficientemente efectivos para responder interrogantes actuales como: ¿de qué manera se fija, almacena y transmite la información en ónimos? o ¿qué procedimientos cognitivos intervienen en la acción de nombrar? Estos cuestionamientos justifican por qué debería enfatizarse en la onomástica cognitiva, pues su análisis permitiría dar respuestas a preguntas urgentes de la lingüística moderna. Esto significa que es necesaria la aplicación de los principios fundamentales de la lingüística cognitiva en el estudio de la onomástica (Ibarretxe-Antuñano, 2013; Morant, 2016).

Tradicionalmente, la onomástica se entiende como el estudio de los nombres propios de todo tipo, de las leyes de su desarrollo y funcionamiento. En la onomástica tradicional, se utilizan los siguientes métodos de investigación: recopilación de material onomástico, descripción, comparación histórica, comparación tipológica, análisis discursivo, estilística de nombres propios, así como su origen cartográfico o el nivel estratigráfico. Como puede verse en los métodos enumerados, el propósito de la investigación es recolectar material onomástico, clasificarlo según los tipos existentes, proceder a una descripción lingüística y analizar el uso de nombres en el discurso. La onomástica cognitiva no describe los significados de un nombre propio, sino se encarga de concebir el proceso de cómo se obtienen. Para la onomástica cognitiva, no es el contenido de la información semántica de uno u otro ónimo lo que es interesante, sino la forma

de su presentación y empaquetado en un ónimo particular. Por tanto, estudia los nombres propios como formaciones cognitivas que se utilizan para codificar y transformar la información (Seabra e Isquerdo, 2018; Ibarretxe-Antuñano, 2021). Todos vivimos en un mundo nombrado, nosotros mismos somos parte de él e incluso participamos en los procesos de denominación, por lo que el material para la observación siempre está a la mano, solo es necesario el deseo de reflexionar sobre él. Este objetivo, despertar el interés por el mundo de los nombres, proporcionar la información necesaria para sus propias reflexiones lingüísticas y “contagiar levemente” a los lectores acerca del estudio de la onomástica peruana, es lo que justifica el abordaje de un sector del lexicón del castellano peruano, esto es, la onomástica de la culinaria peruana (De Sousa y Dargel, 2020).

En tal sentido, en un primer análisis observacional se puede comprobar que los nombres de los platos peruanos son eclécticos y variados. Se observan algunos procedimientos de formación terminológica en la relación binaria de conceptos. Así se tiene el caso de la relación conceptual “ingrediente principal + gentilicio”: papa a la huancaína, también la relación de origen “materia prima + nombre de lugar”: frejolada de pato de Chimbote, “materia prima + nombre personal”: lechón al palo “Don Mario”, “ingredientes principales + condimento”: pollo al sillao, “eficacia + ingrediente”: sudado de pescado, “ingrediente + utensilio”: pollo a la olla. Los distintos nombres de los platos han despertado un gran interés en la investigación de muchos estudiosos (García, 2018; Loayza-Maturrano, 2020 b).

El proceso de nominación onímica incluye tres componentes: el principio de nominación, el método y los medios de nominación. El principio de nominación le permite elegir entre toda la variedad de relaciones las más esenciales para el acto de designación, donde la característica motivacional es siempre significativa. El método de nominación implica una transición del significado de una denotación a su expresión por medios lingüísticos, en nuestro caso por nombres propios o nombres comunes ya existentes, que, como resultado del acto de nominación, reciben la condición de nombres propios. El acto de nominación debe considerarse teniendo en cuenta la fuente de la nominación, la forma externa y la longitud de esta unidad, la forma interna de la nominación, los tipos semánticos de nominación (Ibarretxe-Antuñano, 2011; Seabra e Isquerdo, 2018; De Sousa y Dargel, 2020).

En las últimas décadas, los nombres de los platos se han estudiado principalmente desde los aspectos de la comunicación intercultural, la sociolingüística y últimamente desde la semiótica. Pocos artículos han analizado metáforas y transformaciones conceptuales del nombre de los platos desde la perspectiva de

la lingüística cognitiva. La lingüística cognitiva estudia cómo las características del lenguaje reflejan otros aspectos de la cognición humana; la cual cree que el pensamiento humano es metafórico, es decir, el empleo de un dominio conceptual para reconocer y comprender otro dominio conceptual. Las investigaciones en este campo evidencian que el proceso de metaforización conceptual se realiza generalmente por relaciones de semejanza o similitud; así, este proceso se constituye en la base del mapeo metafórico (Ibarretxe-Antuñano, 2011; Kövecses, 2017).

Por otro lado, la naturaleza de la metonimia es también conceptual, es un proceso cognitivo espontáneo e inconsciente, que se refiere al uso de una parte para referirse a otra parte o al todo en un mismo dominio conceptual, o al todo para reemplazar a la parte (Barcelona, 2015). Las metáforas y la metonimia son los métodos cognitivos básicos del ser humano, así como la forma de pensar de los seres humanos. Estas se ven afectadas por la experiencia humana y al mismo tiempo guían las actividades y el pensamiento cotidianos de las personas (Denroche, 2014; Rui-feng, 2018). Entonces, frente a lo expresado surge una interrogante principal, a saber: ¿qué papel juega el mecanismo cognitivo de la metáfora y de la metonimia en la actividad específica de la denominación humana? En tal sentido, el estudio plantea tres principales objetivos de estudio: 1) recopilar los principales nombres de los platos de la culinaria peruana; 2) determinar el modo en que a través de un análisis lingüístico-cognitivo se logra reconocer procedimientos específicos en las metáforas y metonimias conceptuales; y 3) reconocer cuáles son las principales tendencias lingüísticas de la denominación de los platos en la culinaria del Perú.

## **Materiales y métodos**

*Diseño.* La investigación es de tipo cualitativa cuyo diseño de estudio desarrollado es fenomenológico-hermenéutico de tipo análisis crítico del discurso, porque se efectuaron entrevistas a comensales de distintos restaurantes de la ciudad de Lima Metropolitana, para luego proceder con el análisis desde el enfoque de la teoría de la lingüística cognitiva. Asimismo, la presente investigación es transversal-descriptiva, ya que el análisis se realiza sobre una muestra de nombres de platos de la culinaria peruana.

*Participantes.* Las unidades de observación son los comensales participantes en las entrevistas (26 entrevistados), quienes respondieron mencionando los principales nombres de los platos de la culinaria peruana. Por otro lado, las unidades de análisis constituidas por los nombres de los platos recogidos, que fueron sometidos a una selección en función de la mayor frecuencia en ser mencionadas. Así se pudo

establecer una relación breve de los principales nombres de platos de la comida peruana (Loayza-Maturrano, 2020 a).

*Instrumento.* Se empleó una guía breve de entrevista que incluía cinco preguntas, a saber: ¿qué platos de la comida peruana conoces? (puedes nombrar varios), ¿cuáles son los nombres de los platos más comunes en la comida peruana?, ¿cuáles son los nombres de los platos que más identifican a los peruanos?, ¿qué nombres de los platos te parecen más curiosos o te llaman más la atención?, ¿qué producto de la comida peruana se identifica mejor con nuestra identidad? Las respuestas a estas preguntas permitieron posteriormente organizar la matriz lingüístico-cognitiva de categorización onomástica (MCO), instrumento que sirvió para el análisis del repertorio.

*Procedimiento.* El recojo de la información se produjo mediante un cuestionario de preguntas efectuadas a comensales de distintos restaurantes, en una entrevista audiograbada de siete minutos aproximadamente. El análisis del repertorio se produjo a partir de la operacionalización de una matriz breve de análisis que permitiera categorizar los rasgos específicos de las metáforas y metonimias. La construcción de la matriz supuso un primer nivel de análisis y, al mismo tiempo, permitió organizar cada nombre del repertorio según su naturaleza lingüístico-cognitiva.

## **Resultados y discusión**

La investigación se desarrolla en dos etapas: una primera en la que se recopila el repertorio culinario peruano y una segunda en la que se procede con el análisis lingüístico-cognitivo de las metáforas y metonimias conceptuales de los nombres de los principales platos. El resultado cumple con los tres propósitos principales del estudio: 1) registrar los principales nombres de los platos de la culinaria peruana; 2) determinar cómo a través del análisis lingüístico-cognitivo se puede identificar los procedimientos específicos de las metáforas y metonimias conceptuales; y 3) identificar las principales tendencias lingüísticas de la denominación de los platos en la culinaria.

### **1. Recopilación del repertorio culinario peruano**

La investigación permitió recopilar a través de entrevistas a un grupo de comensales de 10 restaurantes de Lima Metropolitana la onomástica culinaria peruana. Este procedimiento de recogida de información posibilitó un muestreo representativo del repertorio onomásticos de los nombres de los platos de la culinaria peruana. Igualmente, este registro permitió evidenciar los procesos lingüístico-cognitivos de la metáfora y metonimia conceptual.

Tabla 1

*Matriz de categorización del repertorio de nombre de platos de la culinaria peruana*

Tipo de proceso lingüístico-cognitivo	Categorías	Clases por categorías	Nombre del plato
Metáfora	Metáforas únicas	Origen + destino	Cuy chactado
			Frejol colado (frijol)
			Rocoto relleno
			Caigua rellena
			Lomo saltado
			Pisco sour
		Objetivo + origen	Cebiche de pato
			Picante de cuy
			Ají de gallina
			Seco de cabrito
			Sudado de pescado
			Chupe de camarones
			Coctel de algarrobina
			Caldo de gallina
		Origen + materia prima	Patitas con maní
			Pollo al sillao
			Pollo a la Coca-Cola
		Materia prima + origen	Arroz con pollo
			Arroz con pato
			Arroz con leche
		Origen + metáfora general	Pescado a lo macho
			Choritos a la chalaca
		Objetivo + metáfora general	Sopa criolla
			Sopa de novios
			Sopa teóloga
	Metáfora múltiple	Origen + origen y la metáfora general	El chifa aeropuerto, más conocido simplemente como “aeropuerto”
			Juane

Metáfora	Metáfora múltiple	Múltiples orígenes	Suspiro a la limeña
			Los picarones
			El aguadito
			Leche de tigre
			Leche de pantera
			Tacu tacu
			Cau cau
			Pachamanca
			Chilcano (bebida)
			Turrón de doña Pepa
Metonimias	Metonimias únicas	Transferencia de la acción / efecto al producto	Frito trujillano
			Frito chiclayano
			Pollo a la brasa
			Tiradito
		Complementación de la forma + materias primas	Anticucho con rachi y choncholí
			Arroz tapado
		Materia prima + continente	Carnero al palo
			Chancho al cilindro
		Ingredientes + doble / triple sensación	Jalea mixta con cebiche
			Taypá especial
			Trío marino
			Siete colores
	Metonimia múltiple	Origen + conjunto	Pollada
			Anticuchada
			Truchada
			Frejolada
			Pachamanca a la olla



## 2. Análisis de la metáfora y metonimia de los nombres de los platos

Las metáforas de nombres de platos a menudo involucran dos dominios; a saber, el dominio de origen y el dominio de destino. La metáfora asigna parcialmente los atributos del dominio de origen al dominio de destino. Según el mecanismo de la metáfora, los nombres metafóricos de los platos se pueden dividir en dos categorías: metáfora única y metáforas múltiples. La metáfora única involucra el mapeo de un dominio de origen (vehículo) a un dominio de destino (objetivo) en el proceso de nombrar un plato. Las metáforas múltiples, por su parte, involucran dos dominios de origen a dos dominios de destino en el proceso de nombrar un plato, así como el mapeo de varios dominios de origen a un mismo dominio de destino (Cserép, 2014; Kövecses, 2017; Kövecses, 2020; Loayza Maturrano, 2021).

Las metáforas únicas, de acuerdo con las características de la estructura del lenguaje del nombre halladas, pueden ser simples y unidireccionales, y se dividen en las siguientes seis categorías: (1) origen + destino, como el cuy chactado: la fuente es el cuy y el objetivo es el chactado (tipo especial de sazonado). Así, a través de la asociación y la imaginación, la forma del dominio de origen se proyecta sobre la forma del cobayo y la disposición al servir el cuy en el plato, por lo que se resalta la forma del animal como una imagen vívida.

Igualmente, se identificó la categoría de la metáfora simple en la relación (2) objetivo + origen, como el cebiche de pato: el origen es el pato y el objetivo es el cebiche. Dado que la forma del plato terminado es similar al cebiche de pescado pero cocido (similitud por emplear cebolla y ají), el sabor es más parecido a un encebollado, por lo que la forma y las características de presentación del plato, pese a las diferencias de preparación, determinan su nombre. El dominio de origen se asigna al pato cocido sazonado con naranja agria o limón peruano; el objetivo es un cebiche cocido con cebolla y ají cocidos con mucho jugo de limón, la base del mapeo de dos dominios es la similitud en el uso de ingredientes y la presentación del plato; mas no en el sabor. Es una metáfora del cebiche clásico de pescado.

Otra categoría de la metáfora simple hallada es (3) origen + materia prima, como patitas con maní: el origen es patas de chanco o de res, el objetivo es el guiso con papas a base de maní. La base de la similitud está en relación con la textura gelatinosa de la patas de chanco. También la relación inversa de la metáfora simple anterior (4) materia prima + origen, como el arroz con pollo: la fuente es el arroz (materia prima) y el origen las porciones de pollo, el objetivo es el producto, es decir, el plato terminado basado en arroz cocido aderezado con culantro (cilantro), espinaca, ají amarillo; mezclado con alverja, zanahoria y un

poco de cerveza, y al final se le incluye el pollo sofrito o dorado antes de terminar la cocción. Es una variante más sencilla del arroz con pato. Es un plato muy popular en el país.

Otro procedimiento de metáfora simple es (5) origen + metáfora general, como el pescado a lo macho: la fuente es el pescado (origen) y el objetivo es el guiso macerado con varios tipos de ají (lo picante). La metáfora general se logra cuando la base de similitud se establece mediante la relación de mayor resistencia a lo picante de parte de las personas género masculino: relación “hombre = macho” (a lo picante = a lo macho). Asimismo, el procedimiento conceptual de metáfora categorizado como (6) objetivo + metáfora general, como la sopa criolla: el origen es la carne de res (que no se menciona en el nombre) y el objetivo es sopa el producto final. La metáfora general se logra cuando la base de similitud se establece mediante la relación de la época colonial y quienes crearon el plato empleando insumos peruanos como el ají panca.

De acuerdo con el mapeo entre dominios del origen y el objetivo analizado, las metáforas múltiples se manifiestan en las siguientes dos categorías: (1) origen 1 + origen 2 y la metáfora general. Como ejemplo de este procedimiento metafórico tenemos el chifa aeropuerto (comida peruano-china), que es una mezcla de arroz chaufa (tendencia oriental) y tallarín saltado (tendencia peruana). El primer origen del nombre del plato se refiere a lo abundante del plato al ser servido (analogía de lo “grande” por “mucho”), es decir, el “tamaño” por la “cantidad”. Se entiende que el aeropuerto es el lugar más grande de la ciudad. El segundo origen se refiere a lugar donde se ofrecía o expendía el potaje; en este caso, en restaurantes provisionales (llamados coloquialmente “al paso”) en las cercanías del aeropuerto, donde taxistas y trabajadores degustaban este platillo.

La segunda categoría se refiere a (2) los múltiples orígenes propiamente, como en el caso del nombre del plato de picarones, que posee varios orígenes. Uno de los orígenes es, en primer lugar, la forma de servir, que siempre se realiza en plural, nunca se sirve solo uno, se sirve al comensal dos o más arillos de buñuelos. Un segundo origen está determinado por la temperatura caliente en que se sirve “lo caliente” por “lo pícaro”, porque al comerlo puede quemar el paladar, ya que el calor se mantiene en el interior (una persona pícaro puede ser engañosa, “perjudicial”). Un tercer origen se refiere a lo dulce, “lo delicioso” por “lo pícaro”, porque al comerlo ya tibio o frío es un potaje muy agradable (similitud con “lo gracioso o ameno” de una persona pícaro). Así, los tres orígenes se proyectan simultáneamente al objetivo común, el nombre del plato “picarones”, y se resalta

las tres principales características de un pícaro (engañoso, zalamero y risueño), y la forma de un aro, como es presentado el buñuelo, le da gracia y originalidad.

Por otro lado, la metonimia conceptual es una operación cognitiva, que se constituye en un proceso de dominio del conocimiento, en el que el dominio fuente proporciona acceso psicológico al dominio objetivo (Rui-feng, 2018). Según lo observado, el acto de nominar metonímicamente los platos se pueden agrupar en dos categorías: metonimia única y metonimias múltiples.

En la metonimia única, el proceso de nombrar platos está involucrado en el mismo dominio cognitivo total. El dominio de origen proporciona acceso psicológico al dominio de destino. La metonimia múltiple implica dos o más dominios de origen, es decir, dos o más puntos de referencia con objetivos diferentes. La metonimia múltiple también supone proporcionar acceso psicológico a diferentes puntos de referencia para el mismo objetivo (Lakoff, 2016; Rui-feng, 2018).

La metonimia simple, según las características de la estructura lingüística del nombre, se manifiesta en tres categorías: (1) transferencia de la acción o efecto al producto. Un ejemplo de ello es el frito trujillano, ya que el “efecto” de la “acción” del fuego, que es estar ardiendo, se emplea para referirse al “producto”, con el fin de resaltar la actividad de cocción del tueste superior, la cual sirve como punto de referencia para el producto de cocción que describe. Con esto brinda el acceso psicológico. Otra categoría metonímica del nombre es la relación (2) complementación de la forma + materias primas: como el anticucho con rachi y choncholí, que implican una metonimia en la que la “forma” se refiere al “objeto” anticucho. En ese sentido, anticucho, rachi y choncholí se refieren a tres materias primas a las que se realizan cortes en pequeños trozos, tanto de la carne del corazón de res (anticucho), como a la carne de la panza de la vaca llamada libro o librillo (rachi), y a los intestinos de la res (choncholí); todo ello frito a la parrilla. Y la tercera categoría es la relación (3) ingredientes + triple sensación. Un caso de este procedimiento conceptual es la jalea mixta con cebiche (llamado “dúo marino”) es varias veces crujiente, lo que implica una metonimia. Es decir, la “sensación en boca” se refiere al “objeto”, y el sabor crujiente del pescado (primera sensación), lo crujiente de los mariscos (segunda sensación) y lo crujiente de la cebolla del cebiche en contraste con la suavidad del pescado en cocción química con el limón peruano (tercera sensación). Tres tipos de ingredientes proporcionan acceso psicológico.

Otro procedimiento metonímico hallado es la relación origen + conjunto. Un caso de esta metonimia simple es el nombre “pollada”, cuyo origen es el pollo

frito sazonado con ají panca y otras especias de forma sencilla y rápida. El destino es debido a que este potaje se prepara para un colectivo de comensales, es decir, 20, 30, 50 o 100 personas (conjunto de pollos = conjunto de personas). La pollada tiene también una connotación social, pues solo se realiza en casos de ayuda solidaria a un amigo, conocido o pariente que está atravesando por una crisis socioeconómica. Así surgen eventos de ayuda económica denominada “anticuchada”, “frejolada”, “carapulcrada”, “truchada”, etc.

Según lo analizado se observó la existencia de metonimia múltiple en la relación continente 1 + continente 2. Ejemplo de ello es la pachamanca a la olla, en el que el nombre de un plato implica dos veces la comprensión de la metonimia, continente por contenido 1 “pachamanca” (en lengua quechua significa “olla de tierra”) destaca su continencia. Luego, continente por contenido 2 “a la olla” se refiere al “contenido de la olla”; es decir, el guiso con las especias y el sazonado de la pachamanca tradicional, pero cocinado en una olla convencional, lo cual refiere al contenido del contenedor. El sabor se asemeja parcialmente a la pachamanca tradicional; mas no es lo mismo.

Finalmente, de acuerdo con el análisis realizado, tanto la metonimia como la metáfora son fenómenos conceptuales y ambos pueden existir en la misma expresión nominal. Los dos dominios conceptuales están conectados. Es decir, existe una relación interactiva entre metáfora y metonimia en el proceso de nombrar platos. También existen interacciones entre metáforas y mecanismos de metonimia, como en el caso del nombre “pachamanca tres sabores”, cuya denominación involucra el mecanismo de la metáfora y la metonimia en interacción múltiple, que consiste, en primer momento, en comparar cada tipo de carne (pollo, carnero y chanco) con un sabor correspondiente (tres sabores). En segundo lugar, por la “forma” mediante la partícula *-manca* (en quechua, “olla”) que se refiere al “objeto continente”, y *pacha-* (en quechua, “tierra”), que se refiere al lugar de cocción y a los insumos que se emplean (piedras calientes, hierbas), así como el proceso del enterrado. En consecuencia, como se observa, el nombre del plato es tanto metafórico como metonímico.

Los resultados de la investigación confirman que los conceptos y el lenguaje humanos se derivan de la realidad. Y la “experiencia interactiva” del sujeto con esa realidad y el “procesamiento cognitivo” que realiza del mundo son factores subjetivos y objetivos respectivamente. Así, la actividad de conceptualización de la cognición y la denominación de las cosas se ve afectado por el entorno natural, el entorno social y cultural de los individuos y de los grupos. Por ello, el resultado

de la combinación de estos factores, de la acción conjunta basada en la experiencia individual o grupal, al nombrar los platos se ve afectado por los factores subjetivos de la persona que nombra, perfilando una cierta tendencia (De Sousa y Dargel, 2020).

Según lo observado en el repertorio de ónimos, se devela la influencia de la cocina peruana por distintas culturas a lo largo de su historia, las cuales han dejado huella en la denominación de los platos peruanos y han provocado que surjan tres tendencias principales: 1) tendencia a la selección cultural, es decir, que lo tradicional es mejor que lo no tradicional y que el significado del plato es mejor que cualquier otro significado; 2) tendencia a la experiencia personal, es decir, las características importantes son mejores que las características no significativas y que lo concreto es mejor que lo abstracto; 3) la tendencia pragmática, es decir, la novedad es mejor que lo convencional (Reyes, 2021).

### *1) Tendencia a la selección cultural*

*A. Lo tradicional es mejor que lo no tradicional.* La tradición a menudo significa una larga historia y una rica connotación cultural. La persona que nombra asocia personajes y eventos históricos con platos a través de metáforas y metonimia.

Los platos se suman al encanto cultural de la sociedad, como la pachamanca o el pollo a la brasa. De este modo, los peruanos se identifican con un plato en ciertas épocas del año. Así, por ejemplo, el turrón de doña Pepa emplea el nombre de la creadora para recurrir al plato. Este postre de antaño se consume preferentemente en octubre, considerado el mes morado, el mes de la procesión del Señor de los Milagros, donde los feligreses emplean hábitos y detentes de color morado, lo cual evidencia una rica connotación cultural.

*B. El significado que posee es mejor que cualquier otro significado.* La mayoría de los dominios de origen de los nombres de platos metafóricos contienen rasgos semánticos positivos, beneficiosos, festivos, placenteros. Así tenemos al lomo saltado, el chupe de camarones, la sopa criolla, la leche de pantera, los picarones, etc. Se ha observado que los nombres de los platos no suelen variar o jergalizarse de un lugar a otro. Por lo general, mantienen el nombre de origen, lo cual consolida el criterio del predominio de la fuerza cultural y del respeto identitario hacia la tradición.

### *2) Tendencia a la experiencia personal*

*A. Las características importantes son mejores que las características no significativas.*

Una persona, un animal o un objeto o cosa a menudo tiene muchas características; sin embargo, la percepción del sujeto destaca las características más evidentes o más importantes. Esto se debe a que las personas no pueden incluir todas las características de una cosa al nombrar el plato. Por este motivo las personas suelen usar la metonimia o el pensamiento metafórico. En este sentido, el mecanismo de nombrar resalta la característica de un cierto aspecto de la cosa. Por ejemplo, los nombres metafóricos de los platos frejol colado, rocoto relleno o aguadito son denominaciones basadas en experiencias previas, ya que la persona piensa en la acción y en el efecto de colar, rellenar o mojar.

*B. Lo concreto es mejor que lo abstracto.* Dado que la primera experiencia del ser humano es con los objetos y con el entorno circundante. De este modo, al producirse la interacción con el medio, en la cognición de las personas se empieza a concebir que las cosas específicas a menudo son mejores que las cosas abstractas. Por eso, se suelen elegir los nombres de plantas, frutos, animales, objetos, sensaciones y otros elementos específicos al nombrar platos. Ejemplo de ello son nombres de platos como pisco sour (sensación ácida), seco de cabrito (animal), choros a la chalaca (animal y gentilicio coloquial), etc.

### 3) *Tendencia pragmática*

*La novedad es mejor que lo convencional.* Cuando las personas usan el lenguaje, tienden a gustarles los nombres originales. Por el contrario, si el nombre refiere a un cliché extraño se rechaza. En el proceso de nombrar platos, por lo general, el nombre atrae la atención de los comensales y estimula el deseo de consumo. Si el nombre del plato deliberadamente se desvía de la convención, o se disloca la referencia y el significado, el oyente sentirá curiosidad y le agradará la novedad. Así tenemos, por ejemplo, los nombres de los platos como el cau cau o el tacu tacu, que activan el campo de experiencias y conocimiento previos almacenados en el cerebro del individuo en un contexto específico; sin embargo, si el sujeto escucha o lee “tacu tacu de pallares” y la persona nunca ha comido esta variante, entonces se activará su curiosidad y la novedad, ya que ese plato no corresponde a su experiencia.

Otro ejemplo lo constituyen la leche de tigre o la leche de pantera. En el primer caso, refiere a la carne del pescado del cebiche licuado acompañado de un consomé o caldo cocido de pescado, el cual da lugar a un jugo de cebiche bebible. En el segundo caso, se realiza un procedimiento similar, pero se agrega almejas negras. Como se observa, no existe una conexión directa con la connotación, pero

si el oyente relaciona con sus conocimientos previos, puede comprender cuando asigna el patrón de la “leche del tigre” a la intención de la persona que nombra a un cebiche en versión líquida.

## **Conclusiones**

Esta investigación analiza las características de los nombres de los platos desde la perspectiva de la metáfora cognitiva y la metonimia, considerando los propósitos y los principios conceptuales que dan origen al léxico, y de este modo se supera una constante en las investigaciones sobre el léxico y la fraseología centradas en la estructuración formal, el abordaje del significado semántico, del significado contextual, así como de las implicaciones culturales que detenta.

Este estudio explica las características de la denominación y la estructura semántica metafórica y metonímica de los nombres de platos de la culinaria peruana. Asimismo, se muestra que la denominación de los platos no es arbitraria, sino motivada, por lo que se ha podido determinar que el nombre del plato incluye siete componentes semánticos; a saber, productor/inventor, material, ubicación, naturaleza, método de cocción, objetos favoritos (animales, insumos y productos). El presente análisis crítico del discurso destaca la importancia de investigar la tradición de los nombres de los platos, empleando un enfoque multidisciplinario para explorar el lenguaje en relación con el pensamiento. Además, este estudio propone que los nombres de los platos de la culinaria peruana reflejan la comprensión del sujeto sobre estos, ya sea descrita por una realidad concreta de la cosa (forma, color, sensación, tipo, condición, etc.) o refiriéndose a otra por trasposición conceptual de rasgos, lo cual, hasta cierto punto, está sujeta al fundamento empírico y al campo de conocimiento que posee el sujeto cognitivo. Esto explica cómo la influencia de la experiencia personal (física y emocional) en la degustación del plato es fundamental en la determinación del ánimo culinario. Todo lo cual permite evidenciar la inclinación hacia ciertas tendencias a la hora de nombrar los platos, tales como la tendencia a la elección cultural, la tendencia a la experiencia personal y la tendencia pragmática.

## **Contribución del autor**

Edward Faustino Loayza Maturrano ha participado en el diseño de la investigación, la recolección y el procesamiento de los datos, y la revisión del manuscrito final.

## **Fuente de financiamiento**

La investigación fue autofinanciada.



## Conflictos de interés

Ninguno.

## Trayectoria académica

Edward Faustino Loayza Maturrano es magister en Didáctica de la Comunicación, y profesor universitario en el área de Lengua del Departamento de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Nacional Agraria La Molina. Educador e investigador en el campo de la lingüística y educación. Ha publicado investigaciones en diversas revistas indizadas. Sus áreas de interés son la lingüística, la educación y la literatura.

## Referencias bibliográficas

- Barcelona, A. (2015). Metonymy. En E. Dabrowska y D. Divjak (Eds.), *Handbook of cognitive linguistics* (pp. 143-167). Vol. 39, series Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft, Handbooks of Linguistics and Communication Science (HSK). <https://doi.org/10.1515/9783110292022>
- Cserép, A. (2014). Conceptual metaphor theory: in defence or on the fence? *Argumentum*, 10, 261-288. [https://dea.lib.unideb.hu/dea/bitstream/handle/2437/290792/FILE\\_UP\\_0\\_cserepa.pdf?sequence=1](https://dea.lib.unideb.hu/dea/bitstream/handle/2437/290792/FILE_UP_0_cserepa.pdf?sequence=1)
- Denroche, C. (2014). *Metonymy and language: A new theory of linguistic processing*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315749396>
- De Sousa, A. y Dargel, A. (2020). Onomástica: interdisciplinaridade e interfaces. *Revista GTLex*, 3(1), 7-22. <https://doi.org/10.14393/Lex5-v3n1a2017-1>
- García, C. (2018). Deonomástica del registro coloquial y deonomástica de la lengua elaborada. En Braga, J. y García, C. (Coords.), *Deonomástica multilingüe: del nombre propio al nombre de clase* (pp. 137-164). Reichenberger.
- Ibarretxe-Antuñano, I. (2011). Metáforas de la percepción: Una aproximación desde la lingüística cognitiva. *Recorridos de la Metáfora: Mente, espacio y diálogo*. Santibáñez, C. y Osorio, J. (eds.). Concepción, Chile: Cosmigonon Ediciones, 141-166.
- Ibarretxe-Antuñano, I. (2013). La lingüística cognitiva y su lugar en la historia de la lingüística. *Revista Española de Lingüística Aplicada (RESLA)*, 26, 245-266. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4597643>
- Ibarretxe-Antuñano, I. (2021). The domain of olfaction in Basque. *The linguistics of olfaction. Typological and diachronic approaches to synchronic diversity*, Series Typological Studies in Language, 131, 73-111. <https://doi.org/10.1075/tsl.131>



- Kövecses, Z. (2020). An extended view of conceptual metaphor theory. *Review of Cognitive Linguistics*, 18(1), 112-130. <https://doi.org/10.1075/rcl.18.1>
- Kövecses, Z. (2017). Levels of metaphor. *Cognitive Linguistics*, 28(2), 321-347. <https://doi.org/10.1515/cog-2016-0052>
- Lakoff, G. (2016). Language and emotion. *Emotion Review*, 8(3), 269-273. <https://doi.org/10.1177/1754073915595097>
- Loayza Maturrano, E. (2020 a). Análisis semiótico del lexicon de la comida peruana amazónica. *ConCiencia EPG*, 5(2), 90-109. <https://doi.org/10.32654/CONCIENCIAEPG.5-2.6>
- Loayza Maturrano, E. (2020 b). La investigación cualitativa en Ciencias Humanas y Educación. Criterios para elaborar artículos científicos. *Educare et Comunicare*, 8(2), 56-66. <https://doi.org/10.35383/educare.v8i2.536>
- Loayza Maturrano, E. (2021). Análisis lingüístico-cognitivo del discurso desde la gramática cognitiva. *PURIQ*, 3(2), 466-487. <https://doi.org/10.37073/puriq.3.2.176>
- Morant, R. (2016). Denominación, alternancia onomástica y red denominación de animales domésticos. *Revista de Filología Hispánica, RILCE*, 32(1), 201-224. <https://revistas.unav.edu/index.php/rilce/article/view/2974/2775>
- Reyes, M. (2021). Acercamiento onomástico al nombre de las bandas de Heavy Metal. *Onomástica desde América Latina*, 2(3), 59-81. <https://doi.org/10.48075/odal.v0i0.26062>
- Rui-feng, L. (2018). Metonymy research in cognitive linguistics. *Journal of Literature and Art Studies*, 8(3), 445-451. <https://doi.org/10.17265/2159-5836/2018.03.013>
- Seabra, M. e Isquerdo, A. (2018). Onomastics in different perspectives: Research results. *Revista de Estudos da Linguagem*, 26(3), 993-1000. <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/relin/article/view/13700/pdf>
- Ungerer, F. y Schmid, H. (2013). *An introduction to cognitive linguistics* (2<sup>nd</sup> ed.). Routledge.
- Winters, M. y Nathan, G. (2020). *Cognitive linguistics for linguists*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-33604-2>