



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

SEMIÓTICA DEL OLOR

T E S I S

Que para obtener el título de
LICENCIADO EN LENGUA Y LITERATURAS HISPÁNICAS

Presenta

MÓNICA QUIROZ MARCIAL

Asesor

Dra. Beatriz Arias Álvarez



México, D.F.

2010



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A mis padres Luis y Yolanda,
por su infinito amor y confianza*

*A mis hermanos Ana Laura, Luis Augusto y José Jesús
por su apoyo y paciencia*

A David y Adriana por su amistad

*A la Vida,
por permitirme disfrutarla y
por dejarme alcanzar una más de muchas metas trazadas.*

SEMIÓTICA DEL OLOR

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I ANATOMÍA Y SOCIOLOGÍA DEL OLOR	6
1.1 Bases filogenéticas	6
1.2 Sentido del olfato	7
1.3 Reconocimiento y clasificación del olor	11
1.3.1 Memoria y olor	13
1.4 El olor en la sociedad	15
CAPÍTULO II SIGNIFICACIÓN Y LEXICOLOGÍA	20
2.1 Campo Semántico	21
2.2 Categorización	25
2.3 Léxico	29
2.3.1 Frases y fraseología	33
CAPÍTULO III METÁFORAS	39
3.1 Antecedentes	39
3.2 Definición	42
3.3 Metonimia vs metáfora	43
3.4 Metáforas convencionales y metáforas de invención	44
3.5 Metáforas literarias	60
CAPÍTULO IV CAMBIO LINGÜÍSTICO	66
4.1 Vocabularios terminológicos ¿Sublenguajes o nuevos lenguajes?	69
4.1.2 El vino y sus aromas	70
4.1.3 El Perfume ¿Otro lenguaje del olor?	77
CONCLUSIONES	82
BIBLIOGRAFIA	84

INTRODUCCIÓN

La vida cotidiana constituye una fuente de estímulos y aprendizajes tanto en lo relativo a la construcción de imágenes como a su comprensión y decodificación. Poder expresar o comunicar por medio de un lenguaje es un proceso complejo que sucede de forma gradual a través del tiempo y a medida de nuestras capacidades y posibilidades (que a su vez, nos brinda nuestro entorno).

El olfato es el menos apreciado de los sentidos, sin embargo es más importante de lo que creemos, y aunque en nuestros días no sea esencial para sobrevivir, nuestra vida se enriquece mediante la capacidad de oler. La interpretación de las impresiones olorosas influye en aquellas zonas del cerebro que rigen las emociones, los sentimientos y la motivación. Esto explica que las sensaciones olfativas provoquen a menudo una respuesta bastante directa que se traduce en una conducta determinada. Esto no sólo sucede a nivel fisiológico, sino que este conocimiento permea hasta nuestras actividades sociales, condicionando desde nuestros saberes hasta la manera en que nos relacionamos con los demás. Quizá esta es la razón por la que, en la actualidad, especialistas de diferentes áreas de conocimiento se sientan atraídos hacia él.

¿Qué hay detrás del lenguaje de los olores? Es posible agrupar bajo ese título unidades sémicas que permitan la codificación, la comprensión y la decodificación por parte de los hablantes de una lengua, en este caso el español de México.

La presente investigación pretende identificar (de haberlos), los términos básicos con los que se estructura la experiencia olfativa. Para ello analizaremos dos corpus conformados por textos y registros del habla. El primero es un corpus que comprende un período de 1975 al 2000 (CREA). El segundo contiene los datos obtenidos en una entrevista que realizamos a 60 personas en dos grupos poblacionales de la Ciudad de México. El primer grupo lo integran personas comunes de diversas profesiones y el segundo grupo lo conforman especialistas, cuyo quehacer diario involucra la creación y el manejo de sustancias olorosas. Ambos grupos son mitad hombres mitad mujeres cuyas

edades oscilan entre los 30 y 60 años; el motivo de este rango en la edad es porque consideramos que la experiencia de vida, más que el grado de estudios, determina el reconocimiento, uso y comprensión de ciertas expresiones.

En el capítulo I abordaremos algunos de los aspectos fisiológicos del sentido del olfato; con la finalidad de comprender ¿cómo funciona?, ¿cómo identifica y determina lo que es un olor y ya identificado ¿cómo es que lo clasifica? Además comentaremos algunos aspectos del cómo es que este conocimiento se traslada al plano social, condicionando nuestra percepción del fenómeno.

En el capítulo II estableceremos una definición de campo semántico, señalaremos que elementos lo integran y las relaciones que entablan. Hablaremos del sentido figurado como un segundo estrato de significación; y de las asociaciones conceptuales que se derivan de él. A su vez comentaremos algunos de los estudios de antropología cognitiva que se desarrollan en este sentido.

Las palabras reproducen y representan casi todo lo que el mundo ofrece, en este sentido podemos pensar que existen palabras que denominen al olor pero ¿cuáles son estas palabras? ¿Existen en el español de la Ciudad de México palabras que nombren al _olor? En este mismo capítulo analizaremos las lexías contenidas en nuestros corpus —las cuales van desde un lexema simple hasta frases y oraciones—, y determinaremos cómo se clasifican y cuáles son sus propiedades sintáctico-semánticas.

Para que la experiencia olfativa se entienda solemos explicarla en términos de otra, esencialmente visual o táctil. Esto es posible gracias a las metáforas y metonimias. En el capítulo III estudiaremos cuáles son los mecanismos que hacen posible estas metáforas y qué estrategias se emplean para su reconocimiento e identificación correcta por parte del destinatario. También trataremos de explicar la diferencia entre metáfora y metonimia. Además analizaremos los datos obtenidos en la encuesta que realizamos y trataremos de explicar cómo es que el hablante clasifica y comunica la experiencia olfativa para ello nos apoyaremos en las investigaciones que se han realizado en este sentido. Por último,

abordaremos la sinestesia y la ejemplificaremos con algunos fragmentos literarios, que den cuenta, de cómo, apoyados en el olor, los escritores reinterpretan la realidad para explicar de forma creativa el espacio olfativo.

En el último capítulo estudiaremos el cambio semántico de algunos vocablos con los que trabajamos y analizaremos algunos fragmentos discursivos; así como la terminología empleada en la industria del perfume y el léxico propuesto por los catadores de vino como otros intentos de clasificación de la experiencia olfativa.

CAPÍTULO I

ANATOMÍA Y SOCIOLOGÍA DEL OLOR

Por medio del sentido del olfato se capta la información de los eventos químicos, que se transpiran tanto de lejos como de cerca. Para muchos animales, el sentido del olfato sirve para orientarse en el ambiente, desempeña una importante función en la selección sexual y en el apareamiento, o como un sistema de alerta ya sea que capten o emitan olores que ayuden a su supervivencia. Aunque la importancia del olfato en el hombre ha disminuido conforme el avance de las civilizaciones, su influencia nos permite seleccionar alimentos, lugares e incluso personas, modificando nuestra percepción cultural.

1.1 Bases filogenéticas

A lo largo de la historia de la vida, el sistema nervioso ha representado uno de los mayores patrimonios del ser humano. A través de una serie continua de adaptaciones al ambiente y al incremento de las exigencias funcionales, los organismos desarrollaron sistemas nerviosos más eficientes capaces de interpretar y de responder a nuevas y diversas sensaciones (Strong y Edwin, 1967:450).

Después del desarrollo de la médula espinal, una gran cantidad de células nerviosas se acumuló en un extremo cefálico formando una red análoga a la formación reticular. Estas células regularon la actividad de las neuronas motoras espinales. Un sustrato reticular modificado está presente en el sistema nervioso de todos los vertebrados superiores. En el hombre este sistema es difuso, existe a través de todos los niveles del tronco encefálico y es capaz de modificar funcionalmente la actividad refleja de las neuronas motoras espinales.

A medida que las áreas olfatorias de la corteza cerebral disminuyeron en los reptiles, las aves y el hombre, se fue elaborando una nueva corteza más extensa. Con el aumento de tamaño se hizo necesario agrandar el área de superficie, conservando el volumen encefálico dentro de los límites razonables. La nueva corteza de los mamíferos superiores perfeccionó

los mecanismos neuronales para la corrección y discriminación de impulsos sensoriales, así logró un mayor almacenaje y utilización de reacciones motrices y sensoriales previas. Esta mediación neuronal sensorial puede ser denominada memoria de asociación y las respuestas motrices son las reacciones mnémicas de la memoria. Los receptores de la nariz, los ojos y los oídos fueron esenciales para el desarrollo de las reacciones mnémicas.

El asiento de estos tres grandes sentidos está indicado por las tres grandes expansiones primitivas del encéfalo en desarrollo: la expansión del cerebro anterior fue para el olfato, la expansión del cerebro medio para la visión y la audición, y la expansión del cerebro posterior para la parte vestibular del oído. Estos tres segmentos cefálicos continúan expandiéndose y adquieren gran importancia en el hombre.

1.2 Sentido del olfato

El olfato es un sistema sensorial de gran importancia evolutiva. Representa un proceso considerable en la quimiorrecepción, al hacer posible el registro de información a distancia y no solamente por contacto. La aparición de receptores olfatorios capaces de detectar concentraciones muy bajas de sustancias químicas transportadas por el aire y la producción de olores específicos, constituyen la primera etapa en el desarrollo del lenguaje basado en los sentidos químicos. (Guerrero, 1979:138)

La nariz es el órgano externo que además de conducir, filtrar, humedecer y calentar el aire, percibe los olores. Se trata de una cavidad doble en forma de pirámide cuadrangular formada por varios huesos. En su borde exterior se aprecian dos agujeros o ventanas de la nariz. Se sostiene en la parte superior por los huesos nasales y en la inferior por cartílagos (ver fig. 1).

Se conocen con el nombre de receptores aquellas partes excitables a los estímulos que contienen las terminaciones aferentes de las fibras nerviosas periféricas. Dichos receptores tienen la función general de transformar en impulsos nerviosos los diversos cambios físicos

y químicos que los afectan. Los receptores del olfato se localizan en el epitelio de la porción superior de la cavidad nasal.

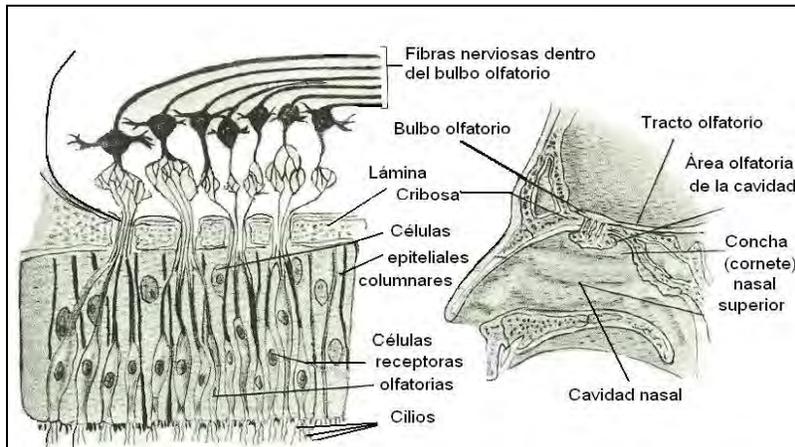


Fig. 1 Sentido del olfato (Tomada de Ganong, 1988:105)

Para que se verifique la percepción olfativa es necesario que los cuerpos olorosos se volatilicen y sus emanaciones lleguen a la pituitaria amarilla del cornete superior. La sustancia viscosa que segrega retiene el polvo y demás sustancias con lo que el aire después de atravesar la nariz llega puro a los pulmones.

Las pequeñas células sensoriales distribuidas en el epitelio olfatorio tienen dos prolongaciones una periférica gruesa y una delgada y central que se proyecta a través de la membrana basal. De la gruesa se origina un número variable de cortos folículos olfatorios que constituyen la fila olfatoria amielínica y a su vez forman pequeños fascículos. Estas diminutas fibras penetran en la cara ventral del bulbo olfatorio. La fila olfatoria constituye el nervio olfatorio.

La terminal de dicho nervio es el bulbo olfatorio, la sustancia gris dentro de él alberga distintos tipos de células nerviosas que hacen sinapsis con las fibras olfatorias. Cerca de la porción caudal del bulbo se encuentran diseminados grupos de neuronas de tamaño medio que forman el núcleo olfatorio anterior. Algunas de estas células de este

núcleo se encuentran a lo largo de los tractos olfatorios, sus dendritas pasan entre las fibras del tracto olfatorio, de las cuales reciben impulsos. Se supone que estas neuronas sirven como parte de un mecanismo de refuerzo para los impulsos olfatorios. Por su parte los axones penetran en el tracto olfatorio como fibras olfatorias secundarias y desde este punto se transmiten a la región olfatoria de la corteza cerebral que los interpreta como olores, originando las sensaciones olfatorias. El olfato parece ser el único de los sistemas sensoriales en que los impulsos llegan sin haber hecho una escala en el hipotálamo.

Una de las propiedades químicas que parece ejercer un papel importante en el contacto entre la sustancia olorosa y los receptores es el peso molecular de la sustancia. Posiblemente se deba a que el poder de absorción tiende a decrecer con el incremento del peso molecular. Debe prestarse especial atención a la naturaleza de los enlaces entre los átomos de las moléculas olorosas. Si dichas moléculas no están saturadas resulta imposible mediante una unión química, o enlace, conectarse con las células receptoras. Por consiguiente en los compuestos orgánicos, el emplazamiento de los grupos intercambiables parece estar en relación tanto con la consistencia como con la cualidad del compuesto en cuanto a odorante.

La mención de estas propiedades químicas es para que podamos entender cuáles son los métodos de investigación que se siguen con respecto a las teorías sobre el olfato y cuál, es la razón para que una sustancia olorosa tenga su olor peculiar. Por desgracia las disconformidades y las incompatibilidades continúan frustrando los esfuerzos para entender dichas relaciones.

Son tres las teorías que se aceptan para tratar de explicar el mecanismo por medio del cual los estímulos olfatorios se transmiten en impulsos nerviosos: la primera teoría sostiene que las sustancias olorosas emiten partículas gaseosas que al entrar en las cavidades nasales, se disuelven en el moco de la membrana nasal lo cual estimula químicamente a los *cilios olfatorios* y origina el impulso nervioso. Conforme a la segunda teoría, el estímulo consiste en la energía radiante que emiten las moléculas de las sustancias olorosas y no en las moléculas mismas. La tercera teoría afirma que las sustancias

percibidas por medio del olfato con frecuencia son liposolubles. La membrana de los cilios olfatorios está compuesta en su mayor parte por lípidos y se supone que las moléculas de dichas sustancias se disuelven en la membrana y desencadenan el impulso nervioso (Tortora, 1984: 458).

En 1991 los investigadores Axel y Buck (Amer, 2005:1) descubrieron que las propiedades físicas y químicas, como la reactividad y la carga eléctrica de los elementos de la molécula, influyen en las cualidades de los olores, pero esto no explica la relación entre dichas propiedades y la percepción¹.

Estas teorías sobre función olfativa parten de la necesidad de describir un proceso de transformación en el que a partir de una mínima cantidad de energía se inician cambios electroquímicos. Experimentos psicofísicos humanos para medir la intensidad y clasificar la cualidad, el registro electrofisiológico en animales, de los epitelios olfativos, de las fibras nerviosas de células sensitivas y de diversos e importantes lugares dentro del cerebro, sirven para que los investigadores encuentren ciertas relaciones regulares entre las características físicas o químicas de toda la gama de estímulos olorosos, así como la pauta nerviosa o las sensaciones que derivan de aquellos estímulos. Sin estas relaciones regulares resulta difícil comprender cómo un olor estimula un receptor, y cómo la gente puede diferenciar tantas y distintas clases de olores.

¹ En 1991 Richard Axel y Linda Buck publicaron un artículo en el que describían a la familia de genes que codifican para los receptores olfativos, unas estructuras de epitelio olfativo que se acoplan a los olores y por tanto son la base de la percepción olfativa. Sus investigaciones se basan en que el epitelio olfativo es un tejido sensorial situado en el techo de la cavidad nasal; esta área sólo ocupa unos pocos centímetros cuadrados y tiene unos cuantos millones de células sensoriales. Estas tienen unos receptores olfativos que son unas proteínas que se encuentran en la membrana exterior de la célula, en la parte externa del epitelio, están orientadas hacia la cavidad nasal. Cuando un compuesto volátil que corresponde a un olor llega al epitelio olfativo este se acopla a los receptores con los que es químicamente compatible. Este acoplamiento provoca una serie de señales que llegan a esas zonas del cerebro, facilitando la detección y reconocimiento de los olores. El acoplamiento entre un olor y el receptor se produce por afinidad química (Amer, 2005: 1)

1.3 Reconocimiento y clasificación del olor

Una persona sana puede aprender a percibir entre 10,000 y 40,000 olores diferentes pero el número de los receptores olfativos en el ser humano es inferior a 1000 ¿cómo se explica entonces el reconocimiento de cada aroma? La hipótesis más aceptada es aquella que sugiere un proceso combinatorio, es decir, cada olor se caracteriza por la activación de varios receptores concretos que son propios para este olor, permitiendo así que el cerebro lo reconozca. De hecho se ha demostrado que las diferentes partes de una molécula volátil que presenta un olor son capaces de acoplarse a diferentes receptores. A la vez un mismo receptor interviene en olores distintos. (Amer, 2005:2). Una vez percibidos ¿cómo puede clasificarse un olor?, más que cualquier otra área de percepción la clasificación del olfato parece un reto impresionante.

El reconocimiento de los olores es un proceso complejo que implica la capacidad para distinguir entre diversos estímulos y de asociar cada nuevo estímulo con experiencias pasadas. El cerebro debe ser capaz de recuperar de su acervo odorífero el patrón que corresponde al olor que percibe. Algunos olores pueden reconocerse rápidamente, mientras que otros no. La gente es más precisa al reconocer un olor si le es familiar y si ha tenido cierta práctica. Además es mucho más precisa al identificar a las personas cercanas basándose en olores corporales (Matlin, 1996:431). Probablemente esto se deba a las llamadas “feromonas”, las cuales son sustancias químicas que se secretan e intercambian entre los miembros de una misma especie, para producir reacciones conductuales o fisiológicas en los animales receptivos (Schiffman, 1989:177). Aún no es claro si las feromonas existen en los humanos, lo que sí sabemos es que los hombres y las mujeres difieren en sensibilidad a diversos olores —de hecho las mujeres son más precisas que los hombres—, las diferencias de género son especialmente marcadas, para olores que tienen significado sexual como las hormonas sexuales esteroides.

Más que ninguna otra área de percepción la clasificación del olfato parece un reto impresionante. Por lo general la descripción de un olor se hace con base a sus cualidades, características o intensidades.

Dentro de las clasificaciones empíricas, de los olores, podemos citar a Linneo (Chastrette, 2002:102), quien propuso siete clases en su *Medicamentorum odores*. Él separó los olores en agradables (fragantes y aromáticos), fétidos (nauseabundos), y agradables para unas personas pero no para otras (ambarinos e hiercinos). Estas clasificaciones han sido utilizadas para describir las propiedades medicinales de las sustancias de acuerdo a sus clases. Henning en 1916 (Schifman, 1989: 166), propuso un prisma para mostrar cómo el olfato podría definirse en términos de seis olores básicos, este autor plantea que los olores simples debían localizarse en la superficie del prisma; de esta forma un olor simple no puede tener en parte olor a quemado, olor a especias y olor a frutas debido a que esta combinación de olores se localizaría dentro del prisma por tratarse de un olor complejo (ver fig.2).

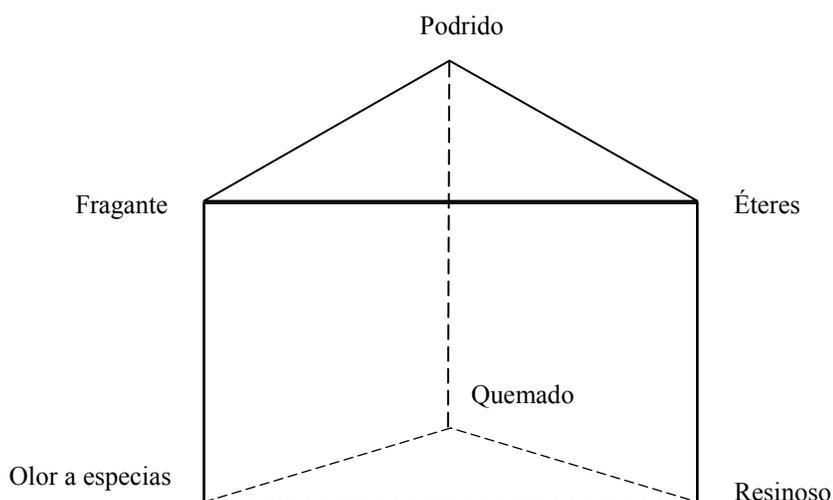


Fig.2 Prisma de Henning (Tomada de Matlin, 1996: 218)

Cain en 1987 (Schifman, 1989:166) estudió algunos de los problemas del modelo propuesto por Henning, por ejemplo la gente varía en sus juicios sobre los olores, La percepción de una persona puede ser consistente con el sistema, pero las percepciones de otras pueden no coincidir. J.E. Amoore en 1970 (Matlin, 1996:418) propuso un sistema que se basa en la estructura química de los olores. Su teoría estereoquímica afirma que las moléculas olorosas tienen formas definidas que determinan la clase de olor que percibimos; de la misma forma en que las llaves se adecuan a las cerraduras. Su teoría resultó controversial porque al inicio sugirió la existencia de siete olores primarios (alcanforado,

picante, floral, etéreo, menta, enmohecido y podrido), número que después se fue incrementando pero debido a que la idea de olores primarios no es popular, la importancia de esta clasificación fue decayendo.

Hasta ahora ninguna clasificación ha resultado satisfactoria: mientras que el modelo propuesto por Henning con sus olores primarios no iguala las experiencias perceptuales de todos, la de Amoore es simplista y se le han encontrado muchas excepciones.

Rouby y Sicard (Chastrette, 2002:104) discutieron viejas y nuevas investigaciones sobre categorización y reportaron numerosos ejemplos de clasificación.

Numerosas clasificaciones basadas en diferentes métodos y procedimientos han sido publicadas, estas pueden ser muy distintas y reflejan las diferentes necesidades de sus autores. En efecto, las clasificaciones reflejan procesos cognitivos complejos y dependen de las necesidades y motivaciones de sus autores, también del cómo eligen sus sistemas de descripción y de sus interpretaciones fijas.

1.4 Memoria y olor

La memoria humana es un sistema para el almacenamiento y la recuperación de información; la cual se obtiene mediante nuestros sentidos. El que veamos, oigamos u olfateamos influirá obviamente en lo que recordemos, ya que en cierto sentido, nuestra memoria es un registro de percepciones.

Tanto la visión como la audición parecen poseer una fase de almacenamiento posterior a la transitoria (memoria a corto plazo), y que deja una huella de una memoria que durará pocos segundos. Además de esas tenemos una memoria a largo plazo que es la capacidad reconocer imágenes, sonidos y aromas, ya aprendidos (Baddley, 1999:11). Pero ¿cómo funciona la memoria olfativa en los seres humanos?

Las investigaciones sobre memoria olfativa involucra dos fases: una de exposición y aprendizaje, y otra de escrutinio separadas por un periodo de retención (Issachou et al, 2002:211). Durante la fase de exposición los estímulos son presentados y, dependiendo de

las instrucciones y las condiciones de las pruebas experimentales, los olores pueden ser memorizados de manera incidental o intencional. En la fase de escrutinio el mismo estímulo oloroso es presentado de nuevo y por lo general acompañado de un nuevo estímulo, así la memoria puede ser examinada como explícita o implícita². Comparada con otras clases de memoria, como la memoria verbal, la pictórica o gestual, la memoria olfativa tiene pocas investigaciones. En la actualidad los olores son aprendidos de forma incidental pues rara vez alguien decide que “debería memorizar ese olor”. En otras palabras mientras que en la vida diaria los olores se aprenden de manera no intencional y su recuerdo es usualmente implícito, en estudios de laboratorio la memoria olfativa ha sido evaluada usando un aprendizaje intencional y una evocación explícita.

El aprendizaje de los nombres de los olores por lo general es limitado a los casos donde los olores están asociados con sustancias tóxicas o peligrosas como el gas butano, productos en descomposición y algunos contaminantes (Issachou et al, 2002: 224). Existen otras maneras de referirse al olor, las cuales se asocian con la comida, como “huele a naranja o canela” pero éstos más que nombrar dificultan la identificación del olor en cuestión. Sorprendentemente el impacto de los nombres de los olores ha sido el tema central de la mayoría de las investigaciones en memoria olfativa. La identificación de los olores es llevada a cabo por profesionistas cuya actividad requiere el reconocimiento y clasificación de los estímulos olorosos como sería el caso de los perfumistas, los floristas y los amantes del vino. El reconocimiento de un olor sucede de forma espontánea, es extraordinario el poder que tienen los estímulos olfatorios para evocar memorias remotas. “El olor de cualquier antiguo objeto guardado en un viejo baúl nos hace revivir instantes y momentos de nuestra más lejana infancia” (Morgado, 2007) De esta forma podemos reconocer nuestro perfume favorito sólo después de haber activado las partes más profundas de nuestro cerebro. Este es el motivo por el que los olores pueden ser evocados y a la vez son capaces de hacernos viajar en el tiempo a un lugar o acontecimiento específico, trayendo consigo recuerdos que nos despiertan reacciones emocionales. Esto es un vestigio

² Muchos de las formas básicas de aprendizaje dan lugar a memorias implícitas que son los recuerdos del inconsciente en los que se basan nuestros hábitos perceptivos y motores. La memoria explícita son los recuerdos deliberados y conscientes que tenemos sobre nuestro conocimiento del mundo o sobre nuestras experiencias personales. (Morgado,2006)

biológico del poder ancestral que tuvieron los estímulos olorosos para advertir de la presencia de estímulos vitales como alimento, sexo o peligro y que hoy en día siguen vigentes.

Ya vimos que cuando el bulbo olfativo detecta algo se lo comunica a la corteza cerebral y envía un mensaje al sistema límbico, una sección misteriosa y antigua o intensamente emocional de nuestro cerebro en el que sentimos, gozamos e inventamos. El olfato tiene un efecto inmediato sin importar que podamos expresarlo o no, puede ser completamente evocador porque desencadena imágenes y emociones antes que podamos precisarlas. Olvidamos con cierta facilidad aquello que vemos u oímos pero los olores permanecen en nuestra mente por el resto de nuestras vidas. Más adelante veremos cómo es que esto funciona en la práctica, en el discurso diario de profesionistas o de cualquier persona.

1.5 El olor en la sociedad

En la Antigüedad el olor se asociaba al aliento de vida o fuego interior; este aliento entraba en los seres humanos al respirar por primera vez y los dejaba al final de su vida tras una exhalación. Los griegos creían que cuando un líquido se evaporaba, las partes más volátiles se quedaban atrás separándose de las no volátiles. De esta forma nació la cualidad de “esencial” de una sustancia, una cualidad que era muy bien percibida por el olfato. La presencia de efluvios esenciales que emanaban de algún líquido podía ser usada para contrarrestar influencias peligrosas o desagradables. Los poderes “protectores” de las esencias de las sustancias aromáticas quedaron reflejados en los materiales usados por los griegos en la medicina.

Por su parte, tiempo después, el Cristianismo no sólo reafirmó estas creencias sino que además las asoció con conceptos de santidad y purificación. El uso de incienso en las ceremonias litúrgicas ayudaba a que las almas ascendieran al cielo y los malos espíritus fueran desterrados.

Ideas como estas, han perdurado con el paso del tiempo y sin importar las diferentes culturas seguimos encontrando innumerables ejemplos sobre los efectos estimulantes, protectores y santificadores de los olores. Aunque los ingredientes y procedimientos varíen, los resultados catárticos y trascendentales son los mismos.

En un fascinante ensayo publicado por La Revista Mexicana de Sociología, Anthony Sinnott (2003) nos adentra en el fenómeno social de la olfacción, su importancia en la construcción moral del yo y del otro, y en términos de relaciones de clases, de etnicidad y de género.

Cada uno de nosotros emitimos y percibimos olores que juegan un papel muy importante en la interacción social. Para Sinnott (2003:433) "la olfacción constituye así mismo una construcción de la realidad". Además señala que el olor representa muchas cosas: marca límites, es un símbolo de estatus o bien una señal de peligro. Por otro lado, los olores avivan recuerdos y despiertan nuestro apetito culinario y sexual. Pero ante todo "los olores son manifestaciones de lo que uno es, no sólo de manera literal como signo de identidad, sino de manera metafórica. Los olores definen al individuo y al grupo, y junto con los demás sentidos media las interacciones sociales" (*Ídem*).

El olfato es un sentido poco apreciado, quizá porque la mayoría de las personas lo considera poco útil para la vida cotidiana. Sin embargo el olor es determinante para nuestra salud reproductiva, y qué decir de los sabores que están íntimamente ligados al olfato.

El desprestigio del olfato, en buena medida, se debe a Aristóteles (1976:53), quien formuló una jerarquía de los sentidos y colocó en lo alto a los sentidos de la vista y el oído porque según él, aportaban a la humanidad belleza y música, ambas conducentes a Dios, y abajo se encontraban los sentidos animales: el gusto y el tacto que alejaban al hombre de Dios porque podían llevar a abusos. En el caso del olfato no conduce a excesos pero tampoco lleva a Dios por esta razón es que lo clasifica dentro de los sentidos animales incluso como el más bajo de éstos. La concepción del olor no ha cambiado mucho con los años; de hecho, hacer referencia al olor se considera desagradable e incluso vulgar.

Sinnott nos habla de que el olor no es sólo un fenómeno fisiológico sino también es un fenómeno moral ya que los olores son considerados como positivos o negativos, lo que huele bien es bueno y lo que huele mal es malo. "... el olor es un componente importante de nuestra construcción moral de realidad y es nuestra construcción de realidad moral" (2003:440), El olor indica realidad con bastante certeza; en lo referente a la comida eliminamos todo aquello que apesta: carne podrida, comida rancia, huevos podridos, incluso algo quemado; por el contrario si algo es aromático asentimos que debe ser agradable. Lo mismo pasa en el medio ambiente, preferimos y disfrutamos el aroma de las flores, el aire puro pero evitamos las salidas del drenaje, el humo de los automóviles, el hedor de las fábricas, etcétera.

El olor de una persona puede ser una señal de prestigio, de clase o de enfermedad. Nuestro sistema de valores se refuerza cuando utilizamos frases como 'huele divino' o 'huele delicioso' y más que tratarse de una característica ejercemos una evaluación y juicio moral, los aromas cambian de sensaciones físicas a evaluaciones simbólicas. El olor entonces se vuelve un método o herramienta para menospreciar a otro. (Sinnot, 2003: 443)

La idea de que los malos olores causan enfermedades proviene de dos médicos famosos: Avicena (médico árabe 980-1037 d.C.) comprobó que el olor de la orina cambiaba durante las enfermedades y usaba este conocimiento como otro elemento de diagnóstico, mismo que aún en la actualidad se utiliza. Siglos atrás el medico griego Galeno demostró que los olores eran percibidos por el cerebro y que accedían de forma directa al centro del mismo por el canal hueco de los nervios olfatorios. (Stoddart, 1994:14)

Durante el azote de la plaga de la Peste Negra, que invadió a Europa en los siglos XIV y XV, grandes cantidades de perfumes, hierbas aromáticas, pétalos de flores y maderas secas eran aspiradas en un vano intento de purificar el aire y mantener la plaga lejos del cuerpo, esta creencia prevaleció hasta que se descubrió el papel de los microorganismos en la transmisión de enfermedades (Stoddart, 1994:11). Los avances logrados en los siglos XVII y XVIII con relación a las enfermedades y sus causas no lograron disipar la idea de que portar ramilletes de hierbas olorosas era una protección contra la fiebre. Con la entrada

del lino y por mera cuestión de apariencia la gente se esparcía polvo blanco perfumado en los cuellos, puños y pelucas, con tal de suprimir los desagradables olores producto de la falta de aseo en las ropas.

Hubo un tiempo en que el olor caracterizaba a cada clase social. Alain Corbin (1987) realizó investigaciones sobre los olores en Francia durante los siglos XVIII y XIX. Corbin aseguraba que todos los grupos poblacionales tenían un olor distintivo y en su estudio los describe a detalle. Estas creencias olfativas prevalecieron e intentaron justificar la segregación institucional y la opresión racial en los Estados Unidos, Reino Unido y la Alemania de Hitler. "Los olores reales o imaginarios pueden servir para legitimizar desigualdades de clase y raciales y son uno de los criterios utilizados para imponerle una identidad negativa a una población en particular"(Sinnot, 2003:449). En la actualidad, la distribución de los olores representa la estructura de clases de una sociedad ya sea por el olor corporal o por la calidad y costo de las fragancias utilizadas.

Las cuestiones de género también se ven influidas por la clasificación moral del olor. Así los hombres deben oler a sudor, alcohol y tabaco y las mujeres deben oler bien: limpias, puras y atractivas. Esto es utilizado con gran éxito por la industria del perfume ya que la publicidad es muy diferente para hombres y mujeres tanto en lo gráfico como en lo verbal (*idem*).

El papel primario de los olores en nuestra cultura es estético; la gente se perfuma y reodoriza para oler bien, para sentirse bien, para embellecerse y para atraerse. La ironía es que al tratar de disfrazar nuestros aromas probablemente destruimos en forma temporal, las feromonas que segregamos obstaculizando las reacciones químicas que quisiéramos inducir.

El uso de fragancias artificiales data de los egipcios y los babilonios. Las fragancias se han usado para un sin fin de ceremonias y rituales de todo tipo en todo el mundo. Hoy día se estudian las aplicaciones industriales de los aromas. En Japón ciertos estudios indican que la exposición a ciertas fragancias —incluso las percibidas de manera

subliminal— tiene efectos psico-fisiológicos positivos, conduce a una mayor eficacia en las reuniones y reduce la incidencia de errores en las máquinas perforadoras (Sinnott, 2003:456-457). Si bien la productividad es una dimensión de introducir fragancias en el ambiente la mercadotecnia es otra, pues se experimenta con las fragancias para incrementar las ventas. Esto lo constatamos en los centros comerciales donde el olor de galletas recién horneadas atrae un mayor número de compradores.

Con la salud pasa lo mismo, investigaciones experimentales han mostrado cambios favorables en los pacientes hospitalizados cuyas habitaciones han sido aromatizadas. Sin embargo no queda del todo claro si estos resultados positivos son específicos a un olor en particular o tan solo una función de cualquier olor positivo, no obstante los beneficios en la salud son considerables (Sinnott; 2003: 457).

La conclusión a la que llega Anthony Sinnott (2003) es que la olfacción desempeña papeles importantes en nuestra cultura pero con frecuencia inadvertidos, su importancia radica justo en que son inadvertidos, pero influyen, como ya vimos, en la construcción moral del individuo y en la de varios grupos sociales. Incluso tiene poderosas implicaciones estéticas, sexuales, médicas, económica, etcétera y todas éstas están entrelazadas. "En última instancia el olor es un componentes constitutivo de la identidad individual y de grupo tanto real como imaginada. Pero también es mucho más que eso, impregna e invade todos los dominios de nuestra vida social" (*ibid.*: 459).

CAPÍTULO II

SIGNIFICACIÓN Y LEXICOLOGÍA

Una lengua es un instrumento de significación mediante el cual, entre otras cosas, expresamos a los que nos rodean nuestras experiencias de la vida. Este sistema lingüístico se cristaliza en los significados de los signos lingüísticos. Podemos significar nuestras experiencias nombrándolas, utilizando el significado común de las palabras, aquel que todos los miembros de la comunidad conocen, pero también podemos significar algo con extrema precisión y hacer que el nombre que le pongamos sólo signifique ese algo y no otra cosa.

La significación de la palabra corresponde a dos aspectos: el primero, es qué papel desempeña la apreciación de la realidad circundante en la necesaria relación entre la palabra y aquello a lo que se refiere de la realidad. Y en segundo lugar cómo se relaciona esa aprehensión, que es individual, que depende de las características físicas del cuerpo— los sentidos— con la lengua histórica que transmite la sociedad a cada miembro de la comunidad lingüística.

En este capítulo estableceremos una definición de campo semántico, señalaremos que elementos lo integran y las relaciones que entablan. Comentaremos brevemente algunos de los estudios de antropología cognitiva que se desarrollan en este sentido. También trataremos de identificar (de haberlos), los términos básicos con los que se estructura la experiencia olfativa. Para ello analizaremos dos corpus conformados por textos y registros del habla. El primero es un corpus que comprende un período de 1975 al 2000 (CREA). El segundo contiene los datos obtenidos en una entrevista que realizamos a 60 personas en dos grupos poblacionales de la Ciudad de México. El primer grupo lo integran personas comunes de diversas profesiones y el segundo grupo lo conforman especialistas, cuyo quehacer diario involucra la creación y el manejo de sustancias olorosas. Ambos grupos son mitad hombres mitad mujeres cuyas edades oscilan entre los 30 y 60 años; el motivo de este rango en la edad es porque consideramos que la experiencia de vida, más que el grado de estudios, determina el reconocimiento, uso y comprensión de ciertas expresiones.

2.1. Campo Semántico. Una posible definición

Para Ma. Jesús Fernández (1977:33) la noción de campo hace referencia al ámbito expansivo de un concepto genérico; a su propiedad de extensión en relación a los objetos a los que se les aplica, objetos que reúnen sustancialmente las propiedades constitutivas que caracterizan al concepto y por consiguiente forman un campo en torno a él. El campo de un concepto sería, así sinónimo del espacio intelectual estructural determinado por su extensión.

—Así el concepto <<hombre>> es especie si consideramos su constitución a partir de un género superior (animal) más una diferencia específica (racional); el concepto <<hombre>> sería, pues, una unidad opuesta a otras: <<perro>>, <<pájaro>>, etcétera, que consideradas en conjunto pertenecen integrándolo, al campo conceptual <<animal>> (concepto de género). Pero a su vez, el concepto <<hombre>> como genérico puede formar campo conceptual, integrado por unidades que constituyen subespecies: <<hombre blanco>>, <<negro>>, etc., cada subespecie es susceptible de formar campo para otras unidades, que serían en una última subdivisión conceptos de verdaderos <<individuos>> reales: <<Juan>>, <<Pedro>>, etc., Estos últimos conceptos no determinan campo conceptual puesto que no son extensibles, a los individuos únicos por ellos referidos... (ibid: 33)

Sin embargo, la noción de campo conceptual que presenta cierta analogía con la noción de campo semántico del lenguaje, se concibe de otro modo. Weisgerber entiende por campo semántico una zona significativa común repartida entre varios significados. Coincidiendo, en términos generales, con esta definición podríamos hablar de campo conceptual cuando la extensión significativa de un concepto de género se encuentra repartida entre varios conceptos. El hombre, mediante su entendimiento, no se limita a ordenar la realidad en esquemas, en conceptos genéricos sino que manifiesta una tendencia constante a <<matizar>> sus ordenaciones. Dado que todos sus conceptos sirven además a una finalidad comunicativa, tales matizaciones son una consecuencia de un intento de precisión en atención a los referentes de un concepto que no se muestran siempre con iguales

características...” (ibid: 34)

Con base a lo anterior, podemos decir que los términos que se relacionan en el campo semántico del olor son: *olor* como el elemento central, y enlazado a él está el concepto *_oler*³; veamos por qué,

El Diccionario de la Real Academia de la lengua Española (DRAE) define a la palabra 'olor'³ como *emanación que despiden algunos cuerpos y produce una sensación especial en el olfato*. Olor es una imagen mental que asignamos a un hecho físico no visible, pero perceptible por medio del sentido del olfato.⁴

Esto a su vez sugiere una acción connotada por el verbo *_der*⁴,

OLER (del latín *olere*) es un verbo irregular de la 2a clase. Verbo transitivo que se traduce *como la acción de percibir olores*. Como intransitivo se entiende como *exhalar y echar de sí, fragancia que deleita el sentido del olfato o hedor que molesta, que procura percibir o identificar un olor*. Sus conjugaciones aparecen de la siguiente manera: En presente indicativo: huelo, hueles, huele, huelen. Imperativo: huele (Corominas, 1961:423).

En una palabra hay ~~todo~~” o al menos aquellas experiencias que tenemos en nuestro mundo que de alguna manera adquieren mayor relieve en una comunidad cultural dada. Sin embargo sería muy ingenuo pensar que podemos tener una categoría lingüística o palabra por cada categoría conceptual y que cada palabra representase una categoría conceptual o un significado. Nuestra lengua no funciona de esa forma. Por término medio, cada palabra tiene tres o cuatro significados. Y muchas palabras son, de esa manera polisémicas (del

³ Del latín *odor*, 'olor' se refiere a lo que es capaz de producir esa impresión. El sufijo *or* confiere calidad o propiedad (Corominas, 1961:423).

⁴ OLFATO del latín *olfactus*. Sustantivo masculino. Surgió aproximadamente en 1616 y se define como el sentido con el cual los seres humanos perciben los olores. Es un participio pasivo de *olfacere* que está formado por *facere* 'hacer' y *odere* 'oler' 'exhalar'. En sentido figurado se asocia para descubrir o entender lo que está disimulado o encubierto.

griego *poly* –muchos” y *sema* –signo” o –significado”)” (Inchurralde, 2000: 25). La polisemia se define sobre la base de la relación que para un nombre hay más de un sentido. Digamos que la mayoría de las palabras de nuestra lengua obedecen más bien a este rasgo que Wittgenstein llama –parecido de familia” que a una taxonomía implícita en el léxico. La polisemia es solamente un carácter más determinado y más ordenado del fenómeno más general de la imprecisión lexical. La polisemia se ciñe al interior de la palabra, distinguiendo entre ellas varias acepciones. (ibid:27)

Por eso, los diccionarios ofrecen una lista de los distintos sentidos de cada elemento léxico, por ejemplo, en el caso del olor encontramos:

Olor.- m. sensación que las emanaciones de ciertos cuerpos producen en el órgano del olfato|| Esta sensación|| fig. Esperanza, promesa|| fig. Lo que motiva una sospecha|| fig. Reputación.

Para continuar habrá que tomar en cuenta que, el sentido figurado es una ampliación de la significación. Por medio de una operación cognoscitiva el hablante abstrae el sentido literal y crea una imagen abreviada que guarda similitud con lo comentado o lo designado. (González, 1998: 68). Esta interpretación se consolida gracias al estereotipo⁵ (ibid: 71).

En sentido figurado el olor ha sido interpretado como indicio, esperanza, promesa u oferta de alguna cosa o bien como aquello que causa o motiva sospecha por algo que está oculto o por suceder por ejemplo:

- Inquirir con curiosidad y diligencia lo que hacen otros para aprovecharse de ello o con algún otro fin. *Aquello me olió a excusa.*
- Parecerse o tener señas y visos de una cosa que por lo regular es mala. *Este hombre huele a hereje.*

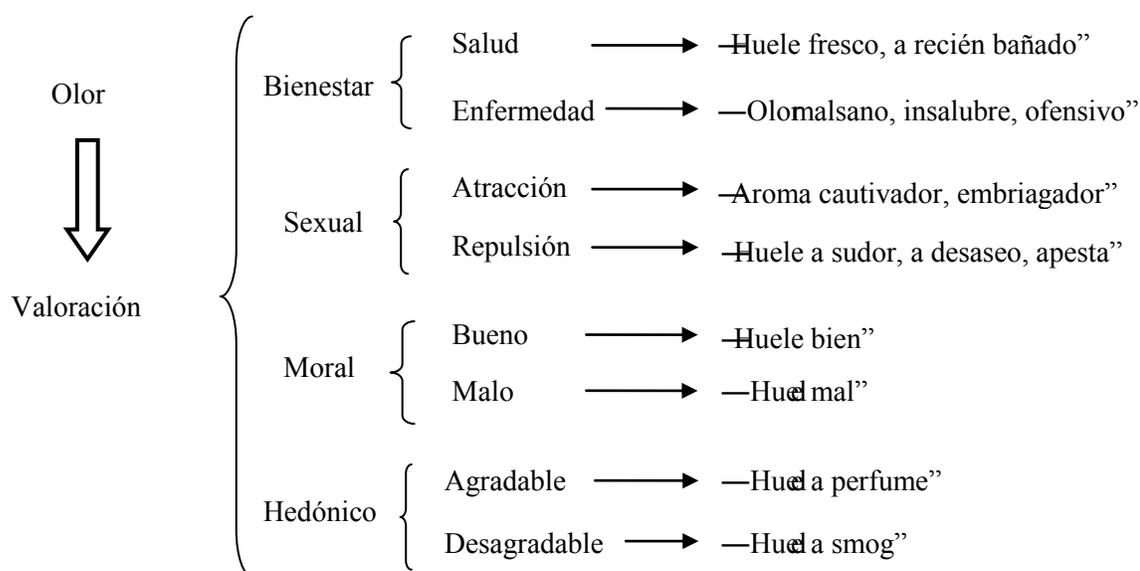
⁵ –El segundo estrato de significación es el estereotipo, entendido según la idea de Putnam (1975), como aquel elemento de una palabra que se forma en una lengua concreta como resultado de una larga valoración de sus experiencias verbales y que vuelve inteligible la palabra para los miembros de su comunidad lingüística Tiene tres características: se construye socialmente y es él, quien determina la pertinencia social del significado, es temporalmente verdadero y determina la corrección de muchas expresiones;” (Herro, 2006)

- Sospecha; uso más frecuente con un pronombre reflexivo que destaca de forma expresiva la participación del sujeto. *Me huelo que no la vamos a pasar muy bien.*
- Sospecha de daño o fraude. *Oler donde guisan.*

Otra de las inclusiones del significado para esta palabra se dio en el siglo XVII con relación a la *fama, opinión y reputación* como por ejemplo 'el olor de santidad':

—No se trata de tener un olor de santidad o de arrodillarte ante el lábaro de la cruz. ¡Ni tu santo tocayo lo permita!” (Azuela, 1985)

Ahora bien, nuestra experiencia del mundo nos demuestra que el olor es un indicativo; como señalamos en el capítulo anterior, los olores nos alertan sobre las condiciones o estados de cosas y personas con bastante certeza⁶. Trasladado al plano social, y apoyados en el sentido figurado, el olor se convierte en un concepto de valor por medio del cual nos evaluamos a nosotros mismos, a los otros y a nuestro entorno; estos juicios regulan muchas de nuestras interacciones sociales. Por ejemplo, por medio del olor de una persona podemos saber si está aseada, si nos parece atractiva, e incluso si está enferma. Las evaluaciones de este tipo suelen hacerse a partir de las siguientes asociaciones:



⁶ Cfr. pp. 15-16

De estos conceptos se derivan otros como intuición (–el éxito se huele”), pureza, castidad y santidad (–huele a los propios ángeles”), libertad (–huele a mar, o huele a bosque”), fuerza vital (–se respira vitalidad”), género (–las mujeres huelen puras, los hombres a sudor y tabaco”), edad (–olor fresco u olor vetusto”), clase social (–huele a los de su clase”), intuición (–huele el dinero”), sagacidad (–olió el parentesco”), clima (–el viento huele a tormenta”) y sus opuestos, cuando los hay.

Todos estos conceptos, términos y grupos de palabras que a su vez se generan de ellos, forman el conjunto estructurado y sistemático de significados relacionados por un parentesco semántico estrictamente significativo. De las relaciones paradigmáticas entre ellos es que surge el campo semántico de los olores.

2.2 Categorización

A la lingüística cognitiva le interesa especialmente la categorización y los procesos que permiten la relación entre los miembros de una categoría o de categorías diferentes. Por ello se han realizado diversas investigaciones que tratan de averiguar cómo se produce el proceso mental de la categorización y cuál es la estructura interna de las categorías resultantes (Llamas, 2005:114). El trabajo más conocido es el de Eleanor Rosch con la denominada *Semántica de los prototipos*. Según esta autora, tras percibir la realidad el individuo actúa como intermediario entre esta y el símbolo lingüístico. –Existe un *knower*— en la terminología de Rosch— que restringe el modo en que se percibe la realidad, lo que significa las propiedades de los conceptos se forman a partir de la interacción de los sujetos en su entorno” (idem). Por otra parte, su investigación demuestra que no todos los miembros de la categoría poseen el mismo estatuto y sobre todo, una categoría no puede definirse a partir de las condiciones necesarias y suficientes compartidas por todos sus miembros. Dentro de una categoría existe un prototipo que comparte más características con los demás miembros de la categoría y menos con los miembros de otras categorías. De tal modo que el grado de semejanza con el prototipo es el que establece la permanencia de un elemento a una categoría.

La propuesta de Rosch deja algunas cuestiones sin resolver, pues no se precisa cuántos prototipos ha de tener una categoría o cuántas características debe tener en común el prototipo con otros miembros de la categoría, etc. (Cuenaca y Hilferty, 1999:36) La versión ampliada de esta semántica propone que el prototipo no sea un "prototipo-objeto" sino un "prototipo-entidad-cognitiva", por lo que se habla de *efectos de prototipicidad* (Kleiber, 1990: 158-164). El prototipo es, entonces, una imagen mental que puede corresponderse con un miembro existente de la categoría que comparte con él las mismas características, pero puede no hacerlo, ya que ahora el prototipo se define ahora respecto a un *modelo cognitivo idealizado*... Así los efectos prototípicos surgen de las interrelaciones imperfectas entre la realidad y dicho modelo cognitivo" (Llamas; 2005: 115).

La noción de prototipo como mejor ejemplar de la categoría persiste, pero no como entidad fundadora de la estructura categorial, ni como representación mental de las categorías. Sino como efectos prototípicos resultado de las relaciones entre los miembros de una categoría o bien de los criterios no especificados que corresponden en general con el juicio de los hablantes (ibid: 116).

En la actualidad existe un interés por extender el estudio de las categorías hacia otros dominios sensoriales como el de los olores entre otros. Dubois (2002) realizó una investigación sobre categorización. En la cual las respuestas verbales proporcionadas por los sujetos con respecto a la conceptualización y a las palabras escogidas para los olores llamó la atención de los investigadores. Esta investigación se centró en las respuestas verbales proporcionada por los sujetos, la cuales podían ser "correctas" o "incorrectas" considerando la representación conceptual de un olor en la memoria humana "Al marcar las ejecuciones verbales de sujetos en tareas de identificación y en pruebas de diagnóstico, palabras tales como "naranja" "manzana" y "vainilla" son considerados como nombres correctos de olor o etiquetas verídicas. Sin embargo, poca consideración ha sido dada a lo que precisamente una "palabra" es y lo que significa para los investigadores y sujetos." (Dubois; 2002: 47) Tal calificación se apoya en que las "palabras" se refieren a las cosas que son nombradas, lo que concuerda con las cosas visibles dado que los objetos y sus

nombres están encadenados cognitivamente, pero su aplicabilidad para el olfato no es del todo clara porque la vinculación de nombres y olores es usualmente débil. Otro aspecto a considerar está entre la viveza y la intensidad de olores, en los recuerdos del sujeto y el pobre desempeño al nombrar esos olores (ibid: 48).

La noción de etiqueta verídica o respuesta correcta implica que hay nombres adecuados para olores específicos al igual que para los ‘colores’. Sin embargo los investigadores no estaban seguros de cómo nombrar aquello que les presentaban a los sujetos, si usando los nombres de sustancias químicas o los nombres de las fuentes, es decir, el nombre de los objetos odorantes como rosa o manzana. Para aclarar la ambigüedad se necesitan algunas explicaciones: estrictamente hablando y en contraste a las situaciones con colores, los olores no tienen nombres específicos al menos no en inglés o en francés (ibid: 49); la forma lingüística correcta para una etiqueta verídica sería de la forma “el olor x ” siendo x el nombre de una fuente por ejemplo “olor de rosa”. Tal brecha léxica dificultaba que los sujetos expresaran con facilidad algún nombre o concepto. Por otro lado no sabemos si los odorantes presentados como un estímulo experimental, eran una buena representación del odorante regular y si los sujetos lo habían experimentado con anterioridad.

El siguiente problema era interpretar las respuestas ¿qué nombre podía considerarse una “genuina etiqueta verídica”, el nombre químico, el nombre de la fuente olorosa, o alguna palabra referente a la sustancia? Por si fuera poco había que considerar las grandes variaciones en el léxico con respecto al nombramiento de los olores en varios lenguajes.

Esta relación de palabras sobre las cosas puede considerarse como una ilusión que se basa en el consenso entre sujetos y experimentadores; sin embargo esta ilusión puede colapsarse dependiendo de las cualidades del estímulo y del conocimiento previo de los sujetos, de la pericia y familiaridad con el estímulo presentado, así como la habilidad para “jugar el juego” y acercarse a las expectativas de los experimentadores.

En la actualidad se considera etiqueta verídica a la respuesta relevante y obvia que el experimentador espera a una pregunta dentro del marco experimental, es decir, es el

nombre para los objetos encontrados que producen un olor bastante similar al producido por el olorante presentado.

Dubois concluye que mientras numerosos estudios han postulado una relación lineal entre objetos y palabras (principalmente sustantivos), sus investigaciones encaran el problema de cómo considerar esa relación en la ausencia de términos básicos para la categoría de olores que solemos utilizar. Su análisis es un intento de basar la calificación de las respuestas sobre una teoría explícita del proceso psicológico involucrado al asignar nombres. En sus palabras —la cuestión empírica de marcar una respuesta verbal ‘correcta’ depende del proceso de entendimiento (2002: 53).

En el caso de los olores las investigaciones cognitivas se basan en la modalidad visual proyectada hacia el dominio olfativo. Sin embargo, este paso de la de una modalidad a la otra ha presentado una serie de problemas tanto metodológicos, como experimentales y de validación⁷; pues los marcos teóricos y metodológicos desarrollados para el estudio de la cognición visual no se adaptan necesariamente a la exploración de cognición olfativa (Enriquez, 2008: 83).

Dubois y Rouby consideraban que —es posible que el problema no radique en la manera en que los individuos tratan la información olfativa sino a una teoría semántica inadecuada, de modo que en lugar de considerar que en el espacio olfativo existen —imperfecciones” respecto al espacio visual por qué no intentar una teoría semántica que sea aplicable a los dominios de la experiencia” (ibid: 85).

Esta consideración del espacio olfativo ha motivado una serie de investigaciones sobre los olores (percepción, identificación, memoria, localización cerebral, análisis lingüístico y expresión de los mismos). —Por lo tanto es necesario reconsiderar los resultados de las investigaciones y de construir nuevos paradigmas experimentales partiendo de las propiedades que estructuran la cognición olfativa y en particular de la

⁷ Los problemas que se presentan en el paso de la dimensión visual a la olfativa son: 1) No hay un muestrario adecuado, 2) La fisiología de los receptores todavía no se conoce y 3) En las lenguas indoeuropeas los olores no tienen nombres(Dubois en Enriquez, 2008: 82-85)

expresión lingüística de los fenómenos olfativos” (Enriquez, 2008: 97)

2.3 Léxico

La lexicología puede ser tratada de forma sistemática con un grado de rigor y eficacia. Al estudiar las formas del campo 'olor' lo hacemos desde el plano del contenido. Como señalaba Coseriu "la primera condición de una lexemática diacrónica... es situarse desde el punto de vista del contenido como tal y considerar la expresión... únicamente como manifestación y garantía de la existencia de las distinciones léxicas" (1977:75).

Las lexías son las palabras con que cuenta la lengua para expresar objetos y conceptos pero ¿cuáles de las palabras con las que cuenta nuestro idioma, sirven para denominar un olor?

Siguiendo la metodología propuesta por Dubois (Enriquez, 2008: 89) con respeto a las formas verbales como la lengua francesa expresa y designa los olores. Analizamos nuestros corpus⁸ y encontramos que, en nuestro caso, la experiencia olfativa se expresa por medio de:

- ❖ Lexías simples como *perfume, aroma, fragancia*
- ❖ Lexías compuestas como *olor axilar, olor sexual, etc.*

El análisis lingüístico de estas expresiones muestra que la experiencia olfativa se manifiesta por medio de las siguientes categorías lingüísticas (Enriquez, 2008: 90):

Sustantivos

- Simples y concretos: *aroma, tufo, perfume*

Adjetivos

- Basados en nombres que se refieren a la fuente: *Frutal, Herbal*

⁸ Cfr. p 20

Frases preposicionales:

- Las construcciones gramaticales con referencia al olor, por lo general, se constituyen por un sustantivo precedido por la preposición 'de' o 'a' como por ejemplo: olor de mujer quemada, olor a viejo, perfume de violetas, aroma de lavanda, etcétera. La preposición de expresa una relación en la que el olor es característico del sustantivo.

Adjetivos calificativos:

- Cumplen la función de especificar algunas cualidades o características, los más comunes resultaron: *intenso, agudo, penetrante, persistente, punzante, repugnante, pegajoso, insoportable, peculiar, fuerte, suave.*
- Incluiremos aquellos sustantivos que ya sea por derivación o por composición se convierten en adjetivos; las desinencias más comunes que encontramos fueron: aromático, apestoso, asqueroso, desodorante, hediondo, inodoro, oledero, oledor, nauseabundo, bienoliente, maloliente

Adjetivos basados en verbos:

- *Agradable, fétido, appestoso, oloroso.* Al analizar estos adjetivos se concluye que el olor se presenta como un efecto producido sobre el sujeto y no como un objeto. (Cfr. Enriquez, 2008: 93).

Frases verbales:

- *Huele rico, huele mal, huele a o huele como.* En el caso de las enunciaciones de hude como lo que sugiere es una imprecisión por parte del hablante, ya sea porque desconoce la fuente o bien porque no logra recordarla.

Para poder analizarlas de manera más detallada decidimos, extraer de nuestros corpus aquellos términos, que no mencionen la fuente de la que proceden o que enuncian alguna cualidad, propiedad, o característica para encontrar los términos denominativos. De esta forma seleccionamos sólo aquellas lexías que cumplieran las siguientes condiciones:

- S1 Es una emanación que despiden algunos cuerpos y produce una sensación en el olfato.
- S2 Es un lexema simple (no hay cambio, ni derivación).

OLOR	S1	S2
Aldehído	No	No
Almizcle	No	Sí
Apestoso	Sí	No
Aroma	Sí	Sí
Aromaterapia	No	No
Bouquet	Sí	Sí
Desodorante	No	No
Efluvio	Sí	Sí
Esnifar	No	Sí
Esencia	Sí	Sí
Exudación	No	No
Fetidez	Sí	Sí
Fragancia	Sí	Sí
Fumigar	No	Sí
Halitosis	Sí	Sí
Hedor	Sí	Sí
Husmear	No	Sí
Husmo	Sí	Sí
Inhalar	No	No
Inodoro	No	No
Maloliente	Sí	No
Miasma	Sí	Sí
Nauseabundo	No	No
Olfateando	No	No
Oliscar	No	Sí
Oloroso	Sí	No
Perfume	Sí	Sí
Peste	Sí	Sí
Podrido	No	Sí
Pútrido	No	Sí
Rancio	No	Sí
Tufo	Sí	Sí
Vaho	Sí	Sí

En total 33 términos que hacen referencia al olor y no a la fuente del mismo. Ahora, analicemos cada una de las condiciones propuestas.

S1 Es la característica básica que define a nuestros términos. Los elementos que cumplieron con esta condición fueron: *apestoso, aroma, bouquet, efluvio, esencia, fetidez, fragancia, halitosis, hedor, husmo, maloliente, miasma, oloroso, perfume, peste, tufo y vaho*.

S2 Es la particularidad que sumada a la condición anterior nos permitirá depurar nuestro campo, para identificar los términos de nivel básico⁹. La derivación, es el proceso que consiste en agregar un morfema derivativo a una raíz, para formar una nueva palabra. En este caso los términos eliminados fueron: *apestoso, maloliente y oloroso* porque además de ser derivaciones de sus respectivas raíces, estas palabras no nombran un olor lo que hacen es proporcionarnos información sobre las propiedades de un objeto.

Tomando en cuenta esto, los términos que cumplieron este requisito fueron: *Aroma, bouquet, efluvio, esencia, fetidez, fragancia, halitosis, hedor, husmo, miasma, perfume, peste, tufo y vaho*.

Antes de continuar hagamos algunas precisiones; a pesar de la evidente derivación de la palabra *halitosis*, decidimos validar su inclusión debido a que se trata de un cultismo de origen griego usado en la lengua científica. La penetración de este vocablo en la lengua moderna obedece a fines expresivos y se utiliza para nombrar la fetidez del aliento (DRAE).

Por lo que corresponde a *peste*, sabemos que fue una enfermedad que azotó gran parte del planeta, el olor característico de la misma se adoptó como concepto de enfermedad y muerte. En la actualidad esto ya no corresponde a la realidad, sin embargo, se acepta el uso del vocablo *peste* para referirnos a un mal olor, algo desagradable o en estado

⁹ Según el antropólogo Brent Berlin los dominios conceptuales contienen varios niveles que van de lo muy amplio y general a lo muy detallado y específico. —Un término de nivel básico es una palabra que, entre otras varias posibilidades, se usa más fácilmente para referirse a un determinado fenómeno. Hay muchas indicaciones de que los términos básicos son más prominentes que otras. Por ejemplo, mientras aprenden una lengua, los niños tienden a adquirir términos de nivel básico, tales como *árbol, vaca, caballo, falda...* antes de los términos más generales como *planta, animal, vestido...* Desde un punto de vista lingüístico, los términos de nivel básico son generalmente cortos y morfológicamente sencillos” (cit. en Inchurralde; 2000: 37).

de descomposición. Desde un punto de vista sincrónico deberíamos dejar fuera este término pues hay un evidente cambio de significado. Sin embargo el uso común en nuestros discursos cotidianos, nos obliga a considerarlo desde un punto de vista diacrónico razón por la cual nos parece permisible su inclusión en nuestro campo. (En el capítulo 4 analizaremos de forma más detallada esta ampliación de la significación así como el préstamo, otro fenómeno del cambio lingüístico).

Para depurar aún más el campo eliminamos aquellos términos que fueran sinónimos entre sí. La prueba para establecer que dos palabras son sinónimas, es que éstas puedan conmutarse en un mismo texto sin que el significado de la expresión cambie, por ejemplo:

El perfume de las flores invadía la habitación

El aroma de las flores invadía la habitación

Así, eliminamos aquellos términos que presentan una sinonimia parcial y dejamos como base aquellas palabras cuya repetición fue predominante en el corpus. Con esto quedaron fuera:

Hedor como sinónimo de *fetidez*

Husmo como sinónimo de *hedor, tufo, fetidez, vaho, etc.*

Miasma como sinónimo de *efluvio*

Perfume como sinónimo de *aroma*

Vaho como sinónimo de *tufo*.

De esta forma las únicas lexías que cumplen con todas las características son: *aroma, bouquet, efluvio, esencia, fetidez, fragancia, halitosis, peste y tufo*; entonces, podemos considerarlas como nuestros términos básicos.

2.3.1 Frases y Fraseología

Las unidades fraseológicas (UF) son combinaciones de palabras que muestran un

alto grado de fijación en su forma y en su significado; y por su clasificación corresponden a distintos niveles lingüísticos pues las hay equivalentes a palabras (ya tengan significado gramatical o léxico), equivalentes a sintagmas libres o a oraciones y a textos.

Un ejemplo de esto lo encontramos en: *Aromatizante con olor a pino*. Esta frase nos habla de un objeto que sirve para perfumar áreas o espacios que habitamos impregnándolo, con un olor específico que, psicológicamente hablando, pretende simbolizar libertad, tranquilidad, pureza y por ende limpieza. Su acción en el discurso es referencial y sus constituyentes gramaticales son:

Aromatizante *con* *olor* *a* *pino*
(objeto) + (preposición) + (característica) + (prep) + (objeto, símbolo)

Corpas Pastor (1998:88) define a las UF como una «combinación estable de unidades léxicas formada por al menos dos palabras gráficas, cuyo límite superior se sitúa en el nivel de la oración compuesta».

Ahora bien, existen tres corrientes de investigación fraseológica¹⁰ pero todas reconocen que la fraseología es la disciplina que estudia las combinaciones de palabras o unidades fraseológicas de las lenguas (UF).

A grandes rasgos podemos decir que estas unidades se dividen en tres áreas que se diferencian por la presencia o ausencia de la composicionalidad semántica de sus elementos: por un lado están las combinaciones de palabras que no pierden el valor semántico que posee cada una de ellas por separado (sentido recto), se les llama «colocaciones» por ejemplo la frase: *aromatizante ambiental*; por otro lado están las

¹⁰ Las líneas de estudio corresponden a tres grandes bloques de investigación fraseológica. El primero es el bloque oriental formado por la antigua Unión Soviética y otros países del este, ellos centran sus estudios en las propiedades combinatorias de las palabras. Por su lado, el bloque occidental— integrado por el estructuralismo europeo, especialmente la escuela ginebrina y sus desarrollos posteriores— se ocupan del funcionamiento de las unidades idiomáticas en el discurso. El tercer bloque, formado por los lingüistas anglo-norteamericanos, parten del criterio de idiomaticidad como el criterio básico de inclusión (Corpas, 2003:126-129).

combinaciones formadas por elementos que pierden su valor recto que se conocen como “expresiones idiomáticas” (EI) como sería: *oler a rayos*, por último, las combinaciones que suman un sentido recto y uno traslaticio, como con las paremias como podemos ver en la frase: “*soy chato pero las huelo*” (González, 1998). Mencionamos con anterioridad que nuestro corpus contiene algunas frases, extraídas de diversos textos orales o escritos.

En la frase *Aromatizante ambiental* encontramos un par de unidades léxicas en relación sintáctica, que no constituyen una oración porque carecen de un verbo conjugado, de ahí que no posean un sentido completo. Se trata de una construcción gramatical compuesta por un sustantivo y un adjetivo. En un nivel léxico-semántico esta expresión se produce en bloque. Sus componentes no son conmutables, ni tampoco permiten la extracción de uno de sus términos por lo que resultan inseparables. Esta expresión ejemplifica lo que denominamos ‘colocaciones’ puesto que no son idiomáticas; su sentido global se infiere de la suma de los significados rectos de sus componentes. Su función en este caso es designar un objeto conforme a la realidad. Se trata de un lenguaje denotativo y referencial. Su finalidad es informar. Desde un punto de vista semántico la composicionalidad de sus elementos resulta ser un rasgo definitorio (González, 1998).

Las siguientes expresiones idiomáticas proceden del *Diccionario Temático de Frases Hechas* (Rodríguez-Vida, 2004):

Oler a chotuno	Oler a tigre	Oler a socarrina
Oler a demonios	Oler a león	Ofender el olfato
Oler a rayos		

Su estructura sintáctica es: verbo + preposición + sustantivo. En ninguna de ellas los componentes léxicos son permutables entre sí, pero es posible cambiar uno de sus elementos sin que se altere su significado por ejemplo:

Oler a león por *huele a león*
Oler a demonios por *huele a demonios*,

Este grupo de EI tiene en común, un desajuste semántico presente en sus constituyentes. Tal desajuste proviene del empleo metafórico que actúa a nivel de complemento adverbial: *huele a rayos*. La metáfora provoca un desajuste semántico entre los elementos formativos exigiéndole al oyente una interpretación basada, en este caso, en la supervaloración del sentido recto de la palabra metaforizada, atribuyéndole a esta un sentido hiperbólico. Este proceder crea una imagen impactante que ayuda a la pervivencia de la expresión idiomática en la lengua (González, 1998:63).

Por último las frases: “el muerto y el arrimado a los tres días apesta”, “dinero huele bien salga de donde salga”, “el agua y la mujer a nada deben oler” y “soy chato pero las huelo” (Martín, 2004) son lo que llamamos paremias o refranes; engloban un significado el cual debe ser interpretado por el receptor. Su significación mayor no está dada por la literalidad de la frase sino por el lenguaje figurativo que encierra.

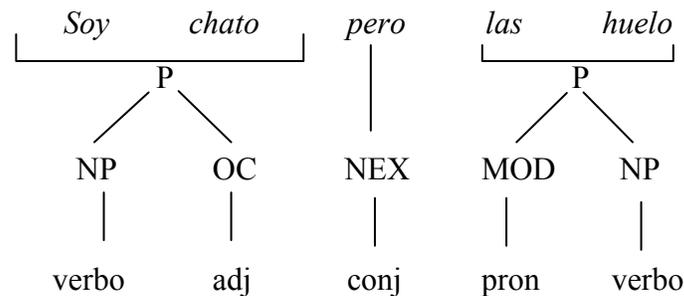
En un evento comunicativo son importantes tanto las cosas dichas como las que no se han dicho. El sentido común es el sostén de las interacciones macro y micro sociales como presupuesto no dicho que sólo forma parte del significado de una emisión cualquiera, sino que determina las condiciones de interpretación y recepción de significados posibles e imposibles para una interacción en una comunidad. El significado de una oración depende tanto de las palabras que la componen como del texto comunicativo. En ocasiones el contexto puede quedar neutralizado porque el sentido común impone algunos significados en la interpretación-decodificación y desecha otros.

Regresemos con los refranes o paremias. Cuando el emisor inserta un refrán en su discurso lo hace por lo general a manera de cita— el refrán adopta un tono sentencioso, moralizante o pedagógico— y con un fin argumentativo que ilustre y resuma el testimonio que sostiene. Estas frases integran unidades completas de significado que actúan en dos niveles: por una parte produce un enunciado que sigue el criterio de veracidad, con propósito expositivo; por otra pretende que se interprete mediante una operación cognoscitiva que abstraiga su sentido literal y concreto en un sentido figurado y conceptual con el fin de adecuarlo a la situación en la que es empleado con propósito ilocutivo. (González, 1998:68) Veamos el siguiente ejemplo:

Soy chato pero las huelo

Desde un nivel gramatical ésta es una oración compuesta coordinada adversativa, con sujeto tácito, dos predicados con sus correspondientes núcleos, una conjunción, un modificador y un objeto circunstancial

OC



La interpretación del sentido figurado de la imagen de esta frase, toma su fuerza en el estereotipo. El impacto de su enseñanza se basa en anticipar las consecuencias y están justificadas por un hecho o imagen real comprobada y corroborada por la experiencia. Desde un nivel semántico esta oración se utiliza cuando alguien presume ser una persona difícil de engañar. No hay incompatibilidad semántica entre sus integrantes y tiene un carácter atemporal.

Desde un nivel contextual se propone una ruptura semántica con el resto del discurso pues necesita una interpretación que permita extraer el sentido adecuado; para ello la mente ajusta la significación total del enunciado al resto del texto, sin embargo, logra autonomía sintáctica porque está bien construida y autonomía textual porque aunque desconocemos el contexto en que fue proferida, logramos extraer o comprender aquello que quiere comunicarnos (González, 1998:69).

En la actualidad los resultados obtenidos en los diversos campos de investigación fraseológica han demostrado la importancia que tienen estas combinaciones léxicas para la comunicación humana. Este breve análisis pone de manifiesto que hoy en día es imposible

estudiar este estrato lingüístico basándose sólo en una corriente o escuela, por ello decidimos mezclar diferentes propuestas metodológicas porque eso permite ver el vasto universo que sugieren las unidades fraseológicas.

CAPÍTULO III

METÁFORAS

Solemos explicar la experiencia olfativa en términos de otra esencialmente visual o táctil, esto es posible gracias a las metáforas y las metonimias. En la semántica cognitiva se considera a la metáfora como un trazado que permite la relación entre los modelos cognitivos idealizados de dos dominios diferentes (Llamas; 2005: 12). En este capítulo estudiaremos cuáles son los mecanismos que hacen posible estas metáforas y qué estrategias se emplean para su reconocimiento e identificación correcta por parte del destinatario. Abordaremos el fenómeno metonímico y veremos por qué en ocasiones resulta difícil separar unos de otros. Analizaremos los datos obtenidos en la encuesta que realizamos y trataremos de explicar cómo es que el hablante clasifica la experiencia olfativa. Por último, revisaremos algunos fragmentos literarios, como intentos creativos que explique la experiencia olorosa.

3.1 Antecedentes

Fue Aristóteles (384-322 a. C.) quien introdujo la noción de *metáfora* — del griego *meta* <además, más allá> y *pherein* <llevar> — para referirse al instrumento cognitivo que se puede utilizar para trasladar de un referente a otro, de manera tal que se piense en el segundo referente como si fuera el primero (Danessi, 2000:196). A pesar de que Aristóteles enfatizó que el término <llevar> no fuera tomado de manera explícita los poetas de entonces solían utilizarla como una estrategia retórica ornamental cuya función principal era sólo la comparación.

Quintiliano (35-100 d. C.), por su parte, destacó la función sustitutiva de la metáfora, pero al igual que Aristóteles consideró que ésta era una simple sustitución retórica de su contra parte literal. Como podemos ver en la Antigüedad la metáfora sólo fue considerada como un ornamento retórico siempre utilizado para adornar el lenguaje literal.

Durante la Edad Media, los filósofos escolásticos consideraron de escaso valor el papel de la metáfora en el pensamiento humano; únicamente Santo Tomás en su obra *Summa Theologica* afirmaba que la metáfora tenía un papel cognoscitivo, puesto que, según él, permitía asimilar las verdades espirituales las cuales no podían expresarse de forma directa con el lenguaje literal. Pero al igual que sus antecesores, Santo Tomás veía la metáfora como una herramienta de comparación.

En los siglos XVI y XVII la metáfora siguió siendo considerada por los filósofos como poco más que un aspecto decorativo, una mezquina estrategia de <<engaño lingüístico>>” (Danessi, 2000: 197)

Para el siglo XVIII, una perspectiva radical fue presentada por Giambattista Vico (1668-1744). Su concepción se basa en el hecho de que todos los seres humanos tienen la capacidad innata de metaforizar cuando no saben referirse a algo. Para Vico la metáfora es:

—..la propia columna vertebral del lenguaje y del pensamiento. Definiendo el discurso metafórico como el resultado de una innata lógica poética. Vico lo consideraba el método más natural para representar la experiencia memorable, evocando y registrando imágenes mentales todas ellas características de la realidad. Para Vico la metáfora era un índice del funcionamiento de la *fantasía* a la cual definió como una facultad de la mente humana que permite al individuo crear ideas y conceptos basados en imágenes del mundo que éste se ha formado de manera personal” (ibid: 198)

Estos actos imaginativos permiten al individuo transformar sus experiencias concretas en un sistema de reflexión y representación particular

Después de la propuesta Viquiana el estudio de la metáfora fue abandonado salvo por los filósofos Rousseau y Nietzsche.

A principios del siglo XX el lingüista Kart Bühler dio inicio al estudio experimental del discurso metafórico examinando la manera en que determinados sujetos parafraseaban los proverbios. Estos estudios se reforzaron en los años cincuenta cuando diversos estudiosos del lenguaje como Osgood y Suci, Asch y Brown, Leiter y Hildom estudiaron la metáfora científicamente y desde diferentes puntos de vista.

Para los años sesenta el filósofo Max Black (1967), propuso un modelo interactivo de la metáfora según el cual existiría una especie de interacción entre el marco y el foco¹¹, con este análisis, Black mostró que no podía considerarse más a la metáfora como un simple fenómeno de comparación y de sustitución.

En la misma época el lingüista norteamericano Noam Chomsky— en contra a las ideas de Black— caracterizó la metáfora como un fenómeno <<semi-gramatical>>, y por tanto un aspecto *desviante* del uso lingüístico, pues él creía que la metáfora violaba las reglas de la denotación semántica base (Danesi, 2000:199)

Sin embargo en 1977 el psicólogo norteamericano Howard Pollio, junto con otros colegas, expusieron a la comunidad científica en qué medida los aspectos metafóricos de la comunicación estaban muy alejados de ser simples desviaciones semánticas de aquellas que pueden ser analizadas como formas literales de base del discurso (ibid: 200).

Tras la publicación de los estudios de Andrew Ortony (1979) *Metaphor in Thought* muchos estudiosos del lenguaje comenzaron a aceptar que el hecho de que la metáfora se manifieste con regularidad en el discurso humano y que pueda ser comprendida con facilidad, sugiere que ésta es mucho más que una opción estilística o una simple anomalía semántica. Ejemplo de esto son las nociones propuestas por George Lakoff y Mark Johnson (1987) en su obra *Metáforas de la vida cotidiana* en donde desarrollan las bases para un estudio sistemático y coherente del nexo que une metáfora, pensamiento y lenguaje (ibid: 201).

¹¹ La clasificación de Black se basa en la de I.A. Richards 1936 [*tenor y vehicle*]. Black parte de una idea clara de comparación justificándose principalmente en la vaguedad de esta.

3.2 Definición

La metáfora impregna nuestro sistema conceptual normal. Existen muchos conceptos que son abstractos y sus límites no están delineados con claridad, como sería el caso de las emociones, las ideas y el tiempo entre otras. Esto hace necesario captar este tipo de conceptos por medio de otros que entendamos con mayor claridad. Esta limitación nos lleva a crear definiciones metafóricas en nuestro sistema conceptual. “La mayoría de nuestras evidencias provienen del lenguaje, de los significados de las palabras y de las frases de la forma en que los seres humanos dan sentido a sus experiencias” (Lakoff, 1986:156).

Ahora bien ¿de qué forma los individuos entienden sus experiencias? Pensemos que el lenguaje nos proporciona información que a su vez nos lleva a principios generales de comprensión; estos principios generales, como los señala Lakoff: “implican sistemas totales de conceptos, más que palabras o conceptos individuales”. Por lo general estos principios son de naturaleza metafórica y suponen la comprensión de un tipo de experiencia en función de otra.

Así las definiciones de un concepto se consideran caracterizaciones de las cosas que son inherentes al concepto mismo; es decir, la comprensión se produce en términos de dominios totales de experiencia, y no en conceptos aislados. Los dominios totales de experiencia representan organizaciones coherentes de nuestras experiencias recurrentes en términos de dimensiones naturales, se dice que son naturales porque son producto de nuestros cuerpos, de la interacción con nuestro ambiente físico y de la interacción con otras personas dentro de nuestra cultura.¹² Esta capacidad innata que permite transformar las experiencias vividas en esquemas de pensamiento es lo que Lakoff define como metáforas.

¹² Algunas de estas manifestaciones pueden ser universales y otras difieren de una cultura a otra.

3.3 Metonimia vs Metáfora

La experiencia con objetos físicos proporciona la base para la metonimia. Su función principal es meramente referencial, nos permite utilizar una entidad por otra facilitando la comprensión. En un todo, cualquier parte representa al todo, pero la parte que elegimos determina en qué aspecto del todo nos concentramos. Veamos algunos ejemplos:

La nueva fragancia de Guerlaine...

Guerlaine es el nombre de una reconocida casa de perfumes. Aquí se utiliza el nombre por la casa creadora. ‘Fragancia’ es un olor suave y agradable pero en este caso ‘fragancia’ se refiere a la sustancia líquida creada por esta marca, cuya esencia es una novedad en el mercado. El objeto físico es conceptualizado a través de la cualidad olfativa de la sustancia y de la casa a la que pertenece.

Otros ejemplos de este tipo, que suelen encontrarse cotidianamente, son algunas frases publicitarias que acompañan a los productos de limpieza: *“Una casa limpia huele a Harpic”*, *“Harpic hace feliz a tu nariz”* y *“todo lo limpia y perfuma Fabuloso”*. En todos los casos es la designación del productor por el producto; Harpic es el nombre comercial de una empresa productora de limpiadores y aromatizantes ambientales, y Fabuloso es el nombre de un líquido limpiador de pisos. Así cuando oímos o leemos *Harpic* o *Fabuloso*, entendemos que estos elementos tienen una estrecha relación, no por contigüidad sino con una asociación más abstracta que tiene que ver con el tiempo y la causa (el todo por la parte).

La metonimia no es necesariamente percibida como una transferencia de denominación por quien la emplea, razón por la que le es menos necesario buscar cuáles son sus motivaciones conscientes y voluntarias.

Otro tipo de ejemplo referente al proceso metonímico lo encontramos en la frase *el muerto y el arrimado a los tres días apesta* (gramaticalmente encontramos una oración

declarativa) se trata de la representación de la acción por el medio; en donde ‘apestado’ es una característica del olor que causa una fuerte molestia. Por otro lado en esta frase encontramos un desajuste semántico que nos obliga a buscar una semejanza traduciéndola en el desagrado que causa un agregado.

La mayor parte de las metonimias pasan desapercibidas en las condiciones normales de comunicación y sólo son descubiertas mediante un análisis lingüístico o estilístico. El análisis de proceso metonímico permite confirmar la existencia de un parentesco entre la función referencial del lenguaje y la actividad de combinación, lo que por otra parte aparece en el funcionamiento de los instrumentos gramaticales llamados a veces referentes. El carácter ambiguo del término contexto que designa tanto al entorno lingüístico sobre el eje sintagmático como al contorno extra-lingüístico del eje de la comunicación, traduce una realidad fundamental del lenguaje puesto de manifiesto por el estudio de la metonimia: la combinación de los elementos lingüísticos que ellos designan son solamente los aspectos complementarios del mecanismo.

La metonimia completa la función referencial normal del lenguaje traslapando a la designación de la realidad descrita una información sobre la forma especial en que el hablante concibe esta realidad. De forma similar la metonimia ejerce algunas de las funciones que desempeña la metáfora, pero nos permite centrarnos de mejor manera en algunos de los aspectos específicos de aquello a lo que se refiere. Como vimos, los conceptos metonímicos son parte de la forma ordinaria y cotidiana en que pensamos, actuamos y hablamos.

3.4 Metáforas convencionales y metáforas de invención

El fenómeno metafórico en la actividad lingüística es siempre una actividad creadora y poética. La fantasía humana cambia de forma caprichosa los significados y busca nuevas imágenes expresivas para renombrar lo que conoce y distingue. Establece analogías inéditas tanto en la intuición como en la expresión para manifestar su modo peculiar de ver la

realidad. Por ejemplo, la conciencia no espacial es un reino principalmente del pensamiento, sentimiento y sonido; el sistema metafórico nombra las expresiones no espaciales según las espaciales así, atribuye a los sonidos colores, sabores, olores, emociones y pensamientos, cualidades como luminosidad, ángulos, texturas y movimientos relativos a la experiencia espacial.

Como establecimos en capítulos anteriores el campo semántico de los olores es un conjunto de términos que comparten rasgos semánticos donde se relacionan continuamente conceptos como olor y oler ahora analizaremos y ejemplificaremos esas relaciones.

De todo el material que analizamos, la única metáfora convencional que encontramos y que explica la experiencia olfativa fue la utilización de ‘_notas’ y ‘_acordes’ para ejemplificar las cualidades de los aromas, ya fuera en los vinos o en los perfumes.

Debido a que los conceptos se estructuran metafóricamente de manera sistemática es posible usar expresiones como notas y acordes (del dominio de la música) para hablar de conceptos definidos. En este caso, las notas en música son símbolos que representan un sonido al que corresponden características y cualidades propias que se diferencian entre sí, pero que al combinarse dan como resultado sonidos más largos y armoniosos que forman acordes meliosos y juntos son capaces de crear una sinfonía. En el caso de la perfumería la utilización de los vocablos ‘_notas’ y ‘_acordes’ fue introducida por Septimus Piesse en 1897, Piesse comparó los aromas con los sonidos, bajo un sistema en el que otorgó una nota a cada olor. A manera de partitura iba creando las combinaciones de sustancias que daban como resultado nuevos aromas (Mandy, 2002: 138) Como señalamos esta idea fue muy bien aceptada, a grado tal, que aún en nuestros días es común oír hablar de ‘_notas olfativas’ cuando queremos referirnos a ciertas *peculiaridades aromáticas*.

—En la perfumería se tienen fragancias simples, acordes simples hechos de dos o tres elementos y que son similares a un conjunto musical de dos o tres instrumentos. Después se convierten en un acorde múltiple y se transforma en una gran orquesta. De un modo extraño crear una fragancia es similar a componer música porque hay una similitud en la búsqueda

de acordes <<justos>>. No se quiere que nada sea abrumador por el contrario se desea que sea armonioso...” (Sophia Grojsman)

Este es un buen ejemplo de cómo una metáfora creativa, con el tiempo, se vuelve una metáfora convencional.

Las frases figurativas como las demás palabras y expresiones lexicalizadas se fijan por convención. Todas las frases figurativas son metáforas estructurales pues nos permiten utilizar un concepto muy bien delineado para estructurar otro. Las metáforas estructurales se fundamentan en correlaciones sistemáticas dentro de nuestra experiencia.

Retomemos la frase: *El muerto y el arrimado a los tres días apesta*. Esta frase sugiere una desviación semántica que permite ejemplificar un concepto por asociación. En donde aunamos ‘apesta’ con el mal olor y a este último como una analogía del desagrado o la molestia que genera un agregado.

Las metáforas imaginativas y creativas nos proporcionan una nueva comprensión de nuestra experiencia, de tal forma que pueden dar un nuevo significado a nuestras actividades pasadas e incluso modificar aquello que creíamos o que sabíamos (Lakoff, 1980:181).

Establecimos con anterioridad que parte importante de nuestra experiencia con respecto al sentido del olfato, es alertarnos y prevenimos sobre algún daño o peligro que podamos sufrir, ya sea al ingerir algún alimento o al inhalar alguna sustancia cuyo ‘olor’ sea fuerte o desagradable. Analicemos los siguientes ejemplos:

Huelo que no lo vamos a pasar muy bien

Este hombre huele a hereje

Con base en nuestras creencias pasadas sabemos que el olor es un indicativo de que algo sucede o puede suceder. Estas experiencias son las que nos permiten asociar al olor

con la capacidad de entender o descubrir algo que está disimulado o encubierto. Así, solemos interpretar:

Huelo como sinónimo de intuición, adivinación o sospecha

Entonces en *huelo que no la vamos a pasar bien* estamos sugiriendo que existe algo incierto y cuyo resultado no será del todo satisfactorio. Como vimos con anterioridad estas frases tienen una función aleccionadora sobre cierto conocimiento ya probado o que nos remite a un evento similar que nos fue desagradable, proceso que el conocimiento metafórico hace posible.

Analicemos las siguientes expresiones: *–este hombre huele a hereje*”, y *–ese hombre huele a los de su clase*” o *–este barrio no puede oler más que al sudor de los de su clase*”, En estos casos encontramos que el verbo *huele* es utilizado de forma metafórica al representar un concepto de valor. Más allá del sentido literal que describe la primera frase, utilizada durante la Edad Media, esta expresión sugiere un rasgo peyorativo y discriminatorio para todo aquel que no fuera católico; la vigencia de esta frase en nuestros días, se debe principalmente a la literatura. En la actualidad la libertad de credo, por lo menos en nuestro país, impide que esta frase tenga un fuerte impacto en los hablantes, salvo que nos estemos refiriendo a un período histórico o una obra novelada.

Algo similar sucede con las frases: *–ese hombre huele a los de su clase*” o *–este barrio no puede oler más que al sudor de los de su clase*” en donde, de nuevo, nos valemos del olor para hacer y emitir juicios despectivos en relación a otros; así conferimos al olor del sudor los conceptos de segregación y discriminación atribuidos a cierto sector social o poblacional.

Las frases figurativas anteriores, más que metáforas llanas, son conceptos metafóricos que nos ayudan a entender o validar nuestro mundo diario.

Las metáforas nuevas nos proporcionan una estructura coherente destacando algunas cosas y ocultando otras. Como las metáforas convencionales, las metáforas nuevas tienen implicaciones que incluyen otras metáforas y aserciones literales. Veamos las siguientes expresiones¹³:

1. *“Nos hundimos en olores nos revolcamos en ellos...”*
2. *“Basta imaginarse el mundo estereofónico de aromas por el que debemos pasar como sonámbulos...”*
3. *“Aceite para baño con olor a lluvia de primavera”*
4. *“...tiñe el aire con aroma que perfumará su nariz, lo bañará en dulzuras cuando pase de una habitación a otra...”*
5. *“Los perfumistas deben tener un sentido arquitectónico del equilibrio y la astucia de un apostador profesional...”*
6. *“Son sensuales <escritores fantasmas> inventores, creadores de los aromas dorados que nos influyen y persuaden sin que lo sepamos...”*
7. *“El amor se hizo aroma” “...porque los aromas son más que aromas”*

Hay conceptos abstractos que no están claramente delineados en nuestra experiencia y es necesario que los capturemos por medio de otros conceptos que entendamos con mayor claridad (Lakoff, 1986:156). Al leer estas frases encontramos conceptos estructurales como peso, volumen, forma, sustancia y perceptibilidad, y también conceptos abstractos como personificación, sensualidad, volatilidad, ingenio, arte y creatividad que involucran la actividad profesional de los perfumistas.

Estas frases utilizadas de forma metafórica forman parte de nuestro lenguaje literal ordinario para referirnos a la experiencia olfativa. Son el resultado de una gran red de implicaciones que bien pueden ajustarse o no a nuestras experiencias. Con estas expresiones experimentamos una visión, un destello del cómo esta red se conecta con

¹³ Estas frases fueron extraídas de diferentes textos orales y escritos. Las frases 1 y 2 son comentarios dados por especialistas en fuentes no confirmadas. 3, 4 y 7 corresponden a frases publicitarias presentadas en comerciales de televisión. Por último 5 y 6 expresiones escritas en Colombani, 1987: 43

nuestros recuerdos y nuestras experiencias olfativas pasadas y a su vez sirven de base para catalogar y conceptualizar experiencias futuras.

El significado de una metáfora está determinado en parte por nuestras experiencias y en parte por nuestro contexto cultural. Estas diferencias culturales pueden ser enormes incluso entre los miembros de una misma cultura, pues sus interpretaciones pueden variar de forma radical.

La metáfora ha sido considerada una simple cuestión del lenguaje más que un medio para estructurar nuestro sistema conceptual y los tipos de actividades que llevamos a cabo. Los sistemas conceptuales de culturas diferentes dependen en forma parcial de los ambientes físicos en los que se han desarrollado. Cada cultura define una realidad social en la cual su gente desempeña ciertos papeles y en términos de los cuales pueden funcionar socialmente. Así mientras que para nosotros el 'olor' es algo que nos previene, nos agrada o disgusta; para los Ongee de las Islas Andam el universo se define por el olfato. (Howes, 2002:71). Desde el sol hasta la identidad personal tiene su analogía olfativa. Su calendario está constituido con base en el olor de las flores que están presentes en diferentes épocas del año. Las estaciones se nombran con un olor particular que posee una fuerza aromática característica.

Para los Ongee el 'olor' es la fuerza vital de todos los seres vivos, ellos creen que un recién nacido tiene poco olor y cuando el individuo crece su olor aumenta; perder el olor es sinónimo de muerte, razón por la cual cuando salen de cacería tienen mucho cuidado de esconder su olor para que no sean descubiertos tanto por los animales como por los espíritus cazadores de olores, porque si éstos absorben su olor ellos mueren. Más que la extensión territorial los Ongee están preocupados por preservar su ambiente olfativo. Los olores atraen tanto a espíritus buenos como malos. Esta sociedad cree que vivir en comunidad permite que los olores de los individuos se unifiquen y aunado a las sustancias olorosas del terreno y la fuerza del viento el espacio olfativo de la aldea puede variarse de modo tal que los espíritus cazadores de olores se confundan y no los detecten con facilidad.

Nosotros al igual que los Ongee solemos encubrir nuestros aromas, aunque no para salvar

la vida o proteger la de nuestra familia; sino como una necesidad obligada por la exagerada higienización de nuestros cuerpos y nuestros ambientes, producto de la civilización.

Cierto, nuestra capacidad olfativa ha disminuido, pero no su influencia en nuestras vidas. Esto lo pudimos constatar en una parte de nuestra investigación, la cual consistía en analizar cómo entienden y comunican, los hablantes de la Ciudad de México, la experiencia olorosa; si la relacionan con un evento específico o con un concepto abstracto, y en qué medida conocen y utilizan las unidades léxicas que propusimos en el capítulo 2 (perfume, aroma, etc.)¹⁴.

Para ello realizamos una entrevista que contenía 5 preguntas básicas:

1. ¿Qué palabras conoces que se refieran al olor?
2. ¿Qué es un olor para ti?
3. Menciona qué olores te resultan agradables, desagradables o indiferentes
4. Lee la siguiente frase “un olor que voltea” a ¿qué crees que se refiere?
5. ¿Hay algún olor que te resulte significativo? Explica

La entrevista se aplicó en dos grupos poblacionales. El primero corresponde a gente común de diferentes profesiones no relacionados de forma alguna con sustancias olorosas y el segundo grupo lo integran profesionistas cuya labor se involucra de manera determinante con la identificación y manejo de sustancias olorosas, como sería el caso de empleados de clínicas de belleza, droguerías, perfumerías, vinotecas y chefs.

La razón de utilizar dos grupos es establecer una comparación entre los discursos utilizados por cada uno de ellos y ver si la especificidad del área de trabajo involucra un mejor o mayor manejo de vocablos y de expresiones idiomáticas que el de la gente común. Ambos grupos son mitad hombres mitad mujeres cuyas edades oscilan entre los 30 y 60 años; el motivo de este rango en la edad es porque consideramos que, acorde con lo que

¹⁴ Cfr. p. 29

venido diciendo a lo largo del trabajo, la experiencia de vida, más que el grado de estudios, determina el reconocimiento, uso y comprensión de ciertas expresiones.

Los resultados que obtuvimos fueron los siguientes:

Pregunta 1.- ¿Qué palabras conoces que se refieran al olor?

GRUPO 1	Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> • Aroma, aromático, apestoso, acedo, oloroso, perfume, pestilente, nauseabundo • Olor a nuevo, a gas, a chocolate, a podrido, a humedad, a sudor, a basura • Olor de flores, de frutas, de comida, de personas
	Hombres	<ul style="list-style-type: none"> • Perfume, fétido, podrido, apestoso, hedor • Olor a vejo, a pedo, a humedad • Olor de fruta, de comida, de flores
GRUPO 2	Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> • Ambarino, amaderado, oloroso, frutal, floral, herbal, esencia, perfume, aroma, fétido • Olor dulce, suave, perdurable, pegajoso, agradable, peculiar
	Hombres	<ul style="list-style-type: none"> • Aromático, perfume, esencia, aroma, bouquet • Olor fino, afrutado, fuerte, rico, suave, penetrante, persistente, pegajoso, soso, característico

- ✓ La respuesta más común, entre nuestros entrevistados, fue nombrar la procedencia de los objetos olorosos —sin importar si esta emanación era consecuencia natural de los procesos químicos o bien se trataba de un olor añadido por medios artificiales—, así encontramos expresiones como *olor a naranja*, *olor a nuevo* u *olor a gas* entre otras.
- ✓ Otros citaron las características del olor como sinónimo de nombre como serían *apestoso*, *aromático*, *nauseabundo*, *etcétera*.

- ✓ Pocas personas mencionaron las palabras base que señalamos en nuestro campo¹⁵ pero de entre ellas las más nombradas fueron perfume, aroma y fétido en ese orden. La enunciación de nombres para los entrevistados resulto complicada e intrascendente.

- ✓ En el grupo 2 los entrevistados utilizaron palabras básicas de su vocabulario¹⁶ y muy pocas de nuestro campo base. Este grupo prefirió nombrar las características para nombrar los olores, de esta forma encontramos enunciaciones como *olores finos* u *olores herbales*.

Pregunta 2.- ¿Qué es un olor para ti?

GRUPO 1	Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> • Algo que se percibe por el olfato • Algo que me recuerda otra cosa
	Hombres	<ul style="list-style-type: none"> • Algo que se percibe por el olfato • Sensaciones y recuerdos
GRUPO 2	Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> • Un recuerdo especial • Una sensación que trae recuerdos • Algo que me incomoda o me agrada • Algo que distingue o caracteriza • Lo que se percibe por el olfato
	Hombres	<ul style="list-style-type: none"> • Una evocación • Un recuerdo • —Etamino al éxito” • —Elugar al que pertenezco” • Mi profesión • Sustancia percibida por el olfato

¹⁵ Aroma, bouquet, efluvio, esencia, fetidez, fragancia, pedo y tufo. Ref. capítulo 2 p. 36

¹⁶ Herbal, amaderado, cítrico, bouquet, soso, sedoso, ligero, robusto, etc. Ref. capítulo 4 p.66 y 70

- ✓ El primer grupo afirmó de manera contundente que “el olor es algo que se percibe por el olfato” y sólo algunos añadieron a su respuesta que “el olor es una asociación directa con cierta experiencia de vida”, es decir un recuerdo.
- ✓ Mientras que para el grupo 2, el olor es un concepto metafórico ya que para unos “es una forma de vida”, para otros es “el camino al éxito”, para otros una reminiscencia y sólo al final, casi de forma vana es descrito como “algo que se percibe por el olfato”.

Pregunta 3.- Menciona qué olores te resultan agradables, desagradables o indiferentes

GRUPO 1	Mujeres	Hombres
AGRADABLES	<p>El de flores, la canela, olor de frutas y esencias Aromas dulces como frutales o frescos y florales en perfumes y aromatizantes ambientales,</p> <p>Pan recién horneado, comida, café</p> <p>Madera, algunas tintas, libros, el olor a <u>nuevo</u></p> <p>Olores corporales principalmente de familiares (hijos y cónyuges). Cosas, personas y lugares limpios</p>	<p>Hierbas, tierra mojada, el aroma de una flor, los perfumes</p> <p>Cosas, lugares y personas limpias, olor corporal del cónyuge</p> <p>La comida recién hecha, la canela, las frutas, olores dulces y de dulces</p>
DESAGRADABLES	<p>Podrido, la humedad, la basura, el del cigarro, mal aliento, el vómito, el smog, la mariguana, los excrementos, orines viejos, el caño, el drenaje, los olores <u>encerrados</u>, plástico quemado, olor de hospital</p> <p>Cosas, personas y lugares sucios</p> <p>Limpiadores y productos químicos (Cloro, amonio, gasolina, pinturas, solventes).</p>	<p>El caño y el drenaje, desperdicios orgánicos (basura)</p> <p>Cosas, personas y lugares sucios, baños públicos, corrales de puercos, expendios de pescado</p> <p>Cosa podridas o en descomposición, fermentados, acedos</p>

INDIFERENTES	Olor corporal personal. El polvo, las ceras o parafina, vinagre, el pasto, El aroma algunos líquidos limpiadores o aromatizantes ambientales.	No hay olores indiferentes
--------------	---	----------------------------

GRUPO 2	Mujeres	Hombres
AGRADABLES	Los de las flores, las frutas, los perfumes. Olores personales (esposos, hijos, novios) Hombres perfumados Madera y granos de café	Tabaco, Perfumes, algunas esencias florales, el campo, el vino, el café y la madera
DESAGRADABLES	Smog, la basura, el drenaje Cosas en descomposición, la falta de higiene. Productos químicos (Pinturas, esmaltes, solventes, gasolina, petróleo)	El drenaje, desperdicios orgánicos (basura) Cosas, personas y lugares sucios, baños públicos, corrales de puercos, expendios de pescado Cosa podridas o en descomposición, fermentados, acedos. Algunos productos químicos como insecticidas o solventes como el thinner
INDIFERENTES	No hay olores indiferentes	No hay olores indiferentes

- ✓ En ambos grupos las respuestas fueron muy similares.
- ✓ Las mujeres de ambos grupos hicieron una mayor mención de olores agradables diferencia de los hombres que mencionaron un mayor número de olores desagradables.
- ✓ Mientras que las mujeres del grupo 1 mencionaron varias fuentes de olor que les resultan indiferentes (como el vinagre, algunas plantas, ciertos limpiadores o aromatizantes ambientales, sus mascotas, etcétera). De manera categórica, los

varones del grupo 1 y todo el grupo 2, declaró que ningún olor resulta indiferente.

Pregunta 4.- Lee la siguiente frase “un olor que voltea” a ¿qué crees que se refiere?

GRUPO 1	Mujeres	Un olor agradable que te hace buscarlo o bien, tan desagradable que miras a otro lado.
	Hombres	Aroma que te hace buscar su origen puede ser agradable o desagradable
GRUPO 2	Mujeres y Hombres	Aroma agradable o desagradable que me hace buscarlo o evitarlo.

- ✓ Considerando a ambos grupos, el 98 % de los entrevistados coincidieron en que la frase se refiere a “cierto olor que provoca en ellos una reacción física que bien puede buscar la fuente de ese olor o bien para alejarse de ella”. Sin embargo al explicar su respuesta, hombres y mujeres del grupo 2, sugirieron que otra posible interpretación sería que la reacción que sugiere la frase es de forma reflexiva, es decir, nos obliga a hacer un alto y mirar hacia el pasado en busca de aquella experiencia pasada con la que vinculamos ese olor.
- ✓ Ambos grupos coincidieron en que la intensidad del olor no determina el reflejo, ya que hay olores suaves, sutiles casi imperceptibles, o bien fuertes y agresivos que desencadenarían en nosotros la misma respuesta.

En la frase “un olor que voltea” la literalidad en sentido recto pudo llevar a los entrevistados a interpretarla de manera errónea; si hiciéramos una interpretación lineal el olor sería: “el que gira o cambia de curso” y aunque en terrenos literarios y fantásticos esto sería posible, nuestra experiencia del mundo nos permite comprender que el olor no es un ente con iniciativa propia para que por sí mismo elija girar o voltear. El cambio en su trayectoria obedece a un cambio de dirección del viento que es el medio por el cual viaja.

Según la teoría de la pertinencia la comprensión de la metáfora consiste en situar este hecho dentro de las capacidades habituales de la comunicación humana, no sigue una máxima de verdad sino de pertinencia (Portóles, 2004). Esta capacidad de elección de una formulación específica en cada momento de la comunicación demuestra la conciencia que tienen los hablantes de cómo se usa su lengua. Es decir nosotros tenemos conocimientos metapragmáticos, más o menos conscientes, que nos permiten elegir las formulaciones lingüísticas que consideramos oportunas en cada momento y por tanto cada formulación tiene como consecuencia una reflexión sobre el propio lenguaje. Esa adaptabilidad del lenguaje fue lo que permitió a los encuestados comprender el sentido general de la frase en donde el olor provoca una reacción en el que lo percibe.

Pregunta 5.- ¿Hay algún olor que te resulte significativo? Explica

GRUPO 1	Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> • Olor corporal.- impregnado en algún objeto que trae la reminiscencia de alguien ausente • Olor de bebes, asociación con ternura, calidez, protección sueños, esperanza, idealización del futuro • Olor a mar, simboliza libertad, fuerza, recuerdo de vacaciones o ‘luna de miel’ • Tierra mojada.- Recuerdo de infancia, del lugar de origen, del campo, de la familia • Un perfume ‘x’ asociación con un ser amado • Olor de rosas o flores en botón.-ternura, amor, despedida, funerales
	Hombres	<ul style="list-style-type: none"> • Olor corporal.- de parejas o hijos les da un sentido de lugar y pertenencia. • Olor de comida (incluidos vinos).- evocan placeres inmediatos como comer o los subsecuentes a un encuentro romántico. • Olor a mar.- sinónimo de aventura, vacaciones, libertad • El del bosque.- Aventura, amistad, silencio aparente • Esos que perduran en la memoria

GRUPO 2	Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> • Todos, todos son importantes o significativos • El perfume por provocativo (erotismo)
	Hombres	<ul style="list-style-type: none"> • Todos porque los relacionan con algo o alguien específico; eso facilita su identificación para poder manejarlos con precisión. • El del vino porque es seductor

Los resultados de la última pregunta fueron muy interesantes. En la mayor parte de la entrevista el grupo 1 se mantuvo en terrenos de objetividad pero al llegar a esta última, todas las respuestas se volvieron subjetivas y metafóricas. Encontramos entonces respuestas como “olor a mar”, “el olor a bosque” “el olor de mi mamá” entre otras.

- ✓ Para el grupo 1 los olores son significativos porque, o bien son la representación de algún anhelo, o bien la reminiscencia de un suceso.
- ✓ Varios de ellos mencionan “el olor del mar” como significativo porque los hace sentirse libres, vivos, fuertes, en paz y alegres.
- ✓ Otros mencionan como significativo el olor del bosque al explicar por qué lo asocian con pureza, limpieza, tranquilidad y también libertad.
- ✓ Otros señalan que los olores corporales, por lo general de algún familiar, les reconforta, anima, los pone nostálgicos, o bien enlaza cierta picardía en relación a su erotismo.

En todos los casos los participantes relataron una experiencia de vida, nos narraron las vacaciones con la familia o amigos, el campamento de verano en que conocieron a su marido, las comidas en casa de la abuela, etc. Un sin fin de recuerdos que eran evocados por ese olor en particular.

Sin excepción alguna, esta pregunta provocó un cambio de actitud e incluso de entonación en el discurso por parte de los entrevistados. Mientras que al principio todos se mostraban reservados y parcos en sus respuestas, al llegar a este punto la mayoría se

explicó dando datos alusivos que explicaran lo mejor posible todo aquello que emocionalmente vinculaban con la evocación del suceso que nos narraban, o con aquello que representaba. Era clara su intención de ser precisos para que entendiéramos en su justa medida aquello que nos estaban compartiendo. Al concluir la entrevista los sujetos parecían complacidos de haber participado.

En contraparte, el grupo 2 se mostró muy objetivo con esta pregunta.

- ✓ Para ellos todos los olores son significativos porque son parte fundamental de su quehacer diario.
- ✓ Las descripciones de sus experiencias tienen una clara traslación de sentido, su discurso está plagado de analogías y metáforas. Así los olores adquieren propiedades únicas de tal modo que el olor del vino les resulta significativo porque es “seductor y conquistador” o un perfume es importante porque se vuelve “provocativo”.
- ✓ Además mencionaron un par de olores que consideran importantes porque les permiten “un descanso”, como sería el caso de la tierra húmeda o los granos de café, ambos aromas limpian su nariz dándoles una pausa que les permita seguir con su trabajo diario.
- ✓ Para estos profesionistas la significación no está dada por un evento sino por un concepto. Curiosamente sólo la gente de mayor edad de este grupo relacionó un olor con un recuerdo. Las enunciaciones en este caso fueron muy similares a las del grupo 1, narraciones de algún evento de su vida pasada que relacionaban con un olor; sólo uno de ellos mencionó que la experiencia olorosa que nos compartió fue lo que determinó su vocación.

Con los datos obtenidos concluimos que los ejes de clasificación utilizados por los hablantes del grupo 1 para clasificar el espacio olfativo se determinan de acuerdo a las siguientes dimensiones (David, Dubois y Rouby en Enriquez; 2008:93):

- 1) Ligadas a la fuente. La expresión se construye a partir de la denominación de la fuente como “huele a rosas” o “perfume de flores”.
- 2) Ligadas a la intensidad. Enunciación de sus características o sus cualidades utilizando adjetivos como: aromático, apestoso, oloroso, nauseabundo, o bien fuertes, agresivos, sutiles, suave, pegajosos, etcétera.
- 3) A la memoria. La memoria de los olores es ‘personal’ tiene un carácter íntimo y emocional.
- 4) Al valor hedónico. En este caso el olor provoca un efecto agradable o desagradable.

En cuanto al discurso utilizado por los profesionales involucrados con los olores encontramos el empleo de un mayor número de nombres referentes al olor como son: aroma, perfume, fétido, fragancia, bouquet y esencia, además de las lexías desarrolladas en sus vocabularios tecnológicos. Podríamos suponer entonces que con un mayor vocabulario no necesitarían emplear imágenes en su discurso, sin embargo sus representaciones visuales, táctiles o gustativas resuelven la comunicación en un momento específico dentro de un medio social dado. Sus innovaciones semánticas enfrentan las cosas a las palabras para que expresen la fuerza evocativa que conlleva dicha experiencia. La mayor significación se da por el carácter íntimo, emocional e imaginativo que tienen los olores.

Son los escritores quienes se han permitido indagar, explicar y aflorar las intrínsecas relaciones entre el olor, el recuerdo y la emoción. Sus creaciones desprovistas de cierta lógica nos permiten analizar la realidad y enunciar la experiencia olorosa desde otra perspectiva. Esta es razón por la cual no quisimos terminar este capítulo, sin mencionar

algunos ejemplos (en su mayoría) de la literatura española que nos permitan ver cómo transmiten esta experiencia y por qué podemos entenderla.

3.5 Metáforas literarias

Como vimos en el primer capítulo, la información olorosa llega al sistema límbico y al hipotálamo, regiones responsables de las emociones, sentimientos, instintos e impulsos; tales regiones almacenan también los contenidos de la memoria y regulan la liberación de hormonas. Por ese motivo los olores pueden modificar de manera directa el comportamiento y las funciones corporales. El efecto es inmediato y no lo diluye el lenguaje ni el pensamiento o la traducción. Por medio del olor el cerebro nos transporta de forma automática al momento y lugar con el que relacionamos ese olor. Así un olor puede resultarnos “abrumadoramente nostálgico” al desencadenar poderosas imágenes y emociones antes de que tengamos tiempo de precisarlas. “Los olores parecen penetrar en los más profundos niveles de pensamiento inconsciente hasta donde sólo los grandes artistas son capaces de sondear...” (Stoddart, 1994:159)

Los escritores son quienes se han adentrado en nuestro inconsciente para explicar aquello que nuestros ojos no ven, nuestros oídos no oyen, pero nuestro corazón siente o presiente.

“...la gente podría cerrar los ojos...y cerrar los oídos...Pero no podían escapar al olor. Pues el olor ha sido hermano del aliento. Entra junto con el aliento en los seres humanos, que no podían defenderse contra él, no si quieren vivir. Y el olor entra dentro de sus entrañas yendo directamente a sus corazones y decide para siempre entre el afecto o el desprecio, el desagrado o la lujuria, el amor o el odio. Quien dominaba los olores dominaba el corazón de los hombres” (137)

Süskind, *El Perfume*

Muchos escritores, tanto en la literatura hispánica como en la literatura universal, se han

ocupado del modo en que los olores desencadenan amplias remembranzas. Este sería el caso de Proust, Baudelaire y Suskind entre otros. Esta tesis se basa en el idioma español razón por la que los ejemplos literarios que citaré serán mayoritariamente de obras escritas en este idioma.

La inmediatez y precisión del carácter evocador que tienen los olores, es de lo que se valen los escritores para recrear situaciones que nos ubiquen en un momento determinado. Por ejemplo:

—Inmediatamente tuve una percepción nebulosa, pero tan vívida y fresca como si me la trajera el olor de una fruta recién cortada, de lo que era Barcelona en mi recuerdo...mientras la brisa traía el olor a ramas de plátano verdes polvorientos bajo el balcón abierto” (120)

Laforet Carmen, *Nada*

Carmen Laforet, en su novela *Nada*, utiliza ‘el olor’ para contrastar los recuerdos de una provincia tranquila con la incertidumbre del porvenir en una ciudad devastada tras la guerra civil española

"...quizá el olor a tierra trajera a mi abuela reminiscencia de algún jardín de otros sitios” (21)

—Un aire marino, pesado y fresco entró en mis pulmones con la primera sensación confusa de la ciudad...” (12)

"En toda aquella escena había algo angustioso y en el piso un olor sofocante como si el aire estuviera estancado y podrido...”(15)

La autora utiliza el olor para evidenciar el paso del tiempo por medio de referencias climáticas; así como el desconsuelo y la desesperanza con el pasar de los días:

"...aquella mañana tenía olor a nubes y a neumáticos mojados” (44)

"...Me acostumbraba a olvidarme de mi aspecto y de mis sueños iba dejando de tener importancia el olor de los meses."(45)

En este caso la autora utiliza ciertas imágenes olorosas para reinterpretar la realidad, narra ciertas situaciones que le ayudan a amplificarla para que pongamos atención en aquello que no percibimos o no queremos ver.

Además de evocar nuestros recuerdos, el olor sirve entre otras cosas para definirnos o prevenirnos; como se observa en el siguiente ejemplo:

"Poco vivió entre nosotros; parecía que hubiera olido el parentesco que le esperaba y hubiera preferido sacrificarlo a la compañía de los inocentes en el limbo" (56-57)

Camilo, José Cela. *La familia de Pascual Duarte*

Ahora, ¿cuáles son los equivalentes sensibles capaces de dar una traducción correcta a estas experiencias? Anibal Ponce opina que todas estas imágenes nacen bajo la influencia de una emoción —el pensamiento concreto es capaz de sugerir emociones porque es en la emoción donde adquiere su mayor plenitud” (1983:38). Los escritores suelen buscar una imagen personal que sea capaz de provocar en el lector una emoción parecida a la que recuerda. Lo que hace posible esa traducción es la aproximación de imágenes —no en virtud de un lazo causal sino en virtud de un lazo afectivo” (ibid: 39).

—Provenía de un pequeño cuarto al fondo del patio. Una fumarola desperdigaba por el ambiente un olor tan agradable y a la vez tan familiar que le hizo abrir la ventana para poder inhalarlo profundamente. Con sus ojos cerrados se vio sentada junto a Nacha en el piso de la cocina mientras hacían tortillas de maíz: vio la olla donde se cocinaba un puchero de lo más aromático, junto a él los frijoles soltaban el primer hervor... sin dudarlo decidió ir a investigar quién cocinaba. No podía tratarse de Caty. La persona que producía ese tipo de olor con la comida sí sabía cocinar” (81)

Laura Esquivel. *Como agua para chocolate*

Algunos aspectos del mundo físico crean en nosotros emociones específicas y de forma recíproca, esas emociones evocan emociones similares

"La cuadra era lo peor, era lóbrega y oscura, y en sus paredes estaba empapado el mismo olor a bestia muerta que desprendía el despeñadero cuando allá por el mes de mayo comenzaban los animales a criar la carroña que los cuervos habíanse de comer. Es extraño pero de mozo, si me privaban de aquel olor me entraban unas angustias como de muerte; me acuerdo de aquel viaje que hice a la capital...anduve todo el día desazonado, venteando los aires como un perro de caza. Cuando me fui a acostar...olí mi pantalón de pana...apoye la cabeza para dormir sobre mi pantalón, doblado. Dormí como una piedra aquella noche" (30-31)

Camilo José Cela. *La familia de Pascual Duarte*

El poder invocador de la palabra abre puertas a diversas y novedosas significaciones como podemos verlo en:

—Creo que un niño que suele caminar solo por la calle, haciendo recorridos parecidos cada vez, se da cuenta perfecta del olor de la vida. Se va de olor en olor y ésa es la textura del mundo: el olor que luego quedará asociado al color y al sonido. Queda asimismo en su conciencia la forma física de las calles. Las irregularidades, que se sienten en la sangre" (51)

Puga, Ma Luisa, *La forma del silencio*

La naturaleza multisensorial de las experiencias olorosas, ofrecen al escritor la posibilidad de explotar su carácter sinestésico para estimular nuestros sentidos adormecidos. Uno de los mejores ejemplos lo encontramos en:

—Los apetitosos olores cuajados en el aire de la habitación, y que estaban ya levantados y trabajados por la frescura soleada y húmeda de la mañana, los hojaldraba, los doraba, les daba arrugas y volumen para hacer un

invisible y palpable, pastel provinciano, inmensa torta de manzanas, una torta en cuyo seno yo iba, después de ligeramente saboreados los aromas más cuscurosos, finos y reputados, pero más secos también, de la cómoda, de la alacena y del papel rameado de la pared, a pegarme siempre con secreta codicia a el olor mediocre, pegajoso, indigesto, soso y afrutado de la colcha de flores de mi tía Léonie”(68)

Proust, Por el Camino de Swan

Como señala Jöel Candu (2007), quizá sólo Proust podría explicar qué es un “olor mediocre”, lo cierto es que en este fragmento el autor “resume a la perfección muchas características de la experiencia olfativa: la tenacidad del recuerdo, su tonalidad hedónica y sus vínculos con el contexto de la percepción...”. Candu menciona que además de la clara sinestesia, el término “mediocre” sugiere otras significaciones, la más simple es que “mediano” significa en medio de algo. En el fragmento existe una serie de analogías espaciales que reiteran esa característica mediana; así el olor flota, la mañana está soleada y húmeda, los olores tienen volumen y son invisibles, y para rematar el narrador incluso está en medio de todo ello. Ubicado en un contexto social “mediano” se refiere a la familia provinciana que describe Proust en gran parte de la obra. Por último al igual que en los perfumes puede hacer alusión a la nota central que es la que da cuerpo al perfume.

Ya sea que compartamos o no lo expuesto por Jöel Candu lo cierto es que al igual que en las metáforas diarias, la comprensión de estas imágenes olorosas funcionarán como detonador de emociones sólo si se conectan con el mundo de creencias del lector, con la opinión que tenga de sí o con su memoria emocional. Las obras artísticas son representaciones de pensamientos, emociones e imágenes que hacen coincidir estados emotivos del pasado con sensaciones que se construyen en el presente por medio de una evocación.

En el poema *Correspondencias*, Baudelaire expresa los atributos comunes a los perfumes, por medio de epítetos cuya polisemia se funda en sinestias comúnmente admitidas. (Le Guern: 1990:57). Al hacerlo, Baudelaire logra que estas expresiones

verbales creen imágenes que sugieren fuertes correlaciones que tienen que ver, sobre todo, con nuestra capacidad de sensibilizarnos con nuestro entorno

Naturaleza es templo cuyos vivos pilares
dejan, algunas veces, salir confusos nombres
es un bosque simbólico que recorren los hombres
a los que siempre mira con ojos familiares

Igual que largos ecos, de lejos confundidas
en una tenebrosa y profunda unidad
vasta como la noche y que con claridad
se responden colores, aromas y sonidos

Hay perfumes tan frescos como carnes de infantes
dulces como los oboes, verdes cual prado inmenso
—y los hay corrompidos, ricos y triunfantes

con expansión de cosa infinita extendidos
como el almizcle, el ámbar, el áloe y el incienso
que cantan los transportes del alma y los sentidos

Baudelaire, Charles. *Las Flores del Mal*

Lograr una traducción directa de la experiencia olorosa que satisfaga a todo el mundo será difícil, porque como vimos, la interpretación depende de muchos factores. Sin embargo la enunciación de cualquier experiencia sensorial será siempre un excelente ejercicio de sensibilización con respecto a lo que percibimos de nosotros y de lo que nos rodea. Ciertamente que las palabras no cambian la realidad, pero los cambios en nuestro sistema conceptual cambian lo que es real para nosotros y afecta la forma en que percibimos el mundo y actuamos sobre la base de esas percepciones.

CAPÍTULO IV CAMBIO LINGÜÍSTICO

Ahora abordaremos la explicación que dejamos pendiente con respecto al cambio lingüístico. Aquí detallaremos que tipo de cambio experimentan ciertas lexías con las que hemos trabajado y analizaremos los vocabularios terminológicos de la industria vitivinícola y del perfume como intentos de clasificación de la experiencia olorosa.

"Tan antiguo como el conocimiento de que existe una pluralidad de lenguas lo es la conciencia de que las lenguas no permanecen invariables en el tiempo, sino que cambian. Pero naturalmente es después de la fijación de las lenguas mediante la escritura cuando se pueden contrastar claramente diversos estados de una misma lengua y advertir las alteraciones que han sufrido, lo que, en definitiva, constituye la base de la lingüística histórica" (Ridruejo, 1989:45).

Las lenguas son entidades culturales y sociales y su evolución depende de las necesidades o convenciones de los usuarios.

Los cambios que resultan de las relaciones que unos elementos del significante entablan con otros, bien en la cadena fónica o bien en el paradigma, parecen ser consecuencia de las relaciones que establecen unos signos lingüísticos con otros. La existencia de relaciones asociativas entre unas formas y otras lo constituye la razón del cambio analógico: las relaciones previas entre dos unidades se amplían de manera que se crean nuevas unidades lingüísticas que entablan al mismo tiempo vinculaciones con otras u otras entidades.

Al parecer el cambio más reconocible es el de significado de los elementos léxicos: cuando una palabra pasa a designar una realidad nueva o al menos diferente de como lo venía haciendo. Sin embargo muchos de los denominados cambios semánticos no son propiamente tales cambios lingüísticos, sino al contrario, ejemplos de persistencia lingüística junto a variación de los *designata*. Cuando se afirma que una palabra como

coche ha cambiado con respecto a su significado de siglos anteriores simplemente se constata que esa voz que se emplea es utilizada en la actualidad para designar una realidad muy diferente de la que podía designar en otras épocas, pero este cambio es consecuencia de una evolución no del signo sino de la realidad extralingüística.

En los cambios léxicos la intención se percibe con claridad. La creación, el descubrimiento de nuevas realidades o la utilización de nuevos conceptos van acompañados frecuentemente de innovaciones semánticas o innovaciones léxicas; analicemos algunos ejemplos.

La "Peste negra" (del latín *pestis*¹⁷) fue una enfermedad grave y contagiosa que azotó a la humanidad durante los siglos XIX y XX. Tanto las personas como los animales que adquirían la enfermedad morían en cuestión de días e incluso en horas, debido a que el contagio era rápido e inevitable. Ya fuera en el campo o la ciudad el ambiente se llenó de un olor fétido. Los enfermos despedían un olor insoportable y a los cadáveres no se les podía tocar para untarles algún bálsamo que ayudará a contrarrestar el terrible olor de los cuerpos en descomposición. La asociación entre olor y enfermedad se fusionó en un solo concepto a grado tal, que cualquiera que percibiera ese olor no entraba en las casas o incluso en las poblaciones que despedían tal hedor. El descubrimiento de los antibióticos, así como las medidas de higiene permitieron al hombre controlar e incluso eliminar la enfermedad.

En la actualidad ~~la~~ "peste" es sólo una remembranza de la enfermedad, ahora el concepto de peste se utiliza como un sinónimo de mal olor, de olor desagradable y cuyo lexema representativo es el adjetivo apestoso¹⁸. En sentido figurado suele atribuírsele a cualquier cosa mala, desagradable o que puede causar un daño grave, por ejemplo ~~esto~~ apestoso. En esta lexía podemos observar que no hubo un cambio léxico, pero su significado se amplió en un principio y posteriormente sirvió para representar nuevas realidades.

¹⁷ *Pestis lat.*- ruina, destrucción, azote, epidemia (Corominas, 1962:455).

¹⁸ Otras palabras que se derivan de peste son: Septicemia, pestilencia, pestilente, pestilencioso, pestilencialmente, pestilencial y pestíferamente (*Ídem*).

Otro término que ha ampliado su significación es la palabra *Nariz* pues no sólo sirve para designar el órgano externo del sentido del olfato sino que esta palabra se utiliza para denominar a aquellas personas que se especializan en la identificación, clasificación y manejo de sustancias olorosas (Colombani, 1987: 41). Esta denominación surgió dentro de la industria del perfume y se extendió hacia la enología; es en este donde es común encontrar este término, ya sea como denominación del catador, como característica de un vino viejo o como título que engloba las cualidades olfativas que podemos encontrar en un vino.

Los dos ejemplos anteriores son modelos claros de innovaciones semánticas. Ahora las innovaciones de tipo léxico surgen gracias a los préstamos culturales. Bloomfield (en Gómez, 2004:17) caracteriza el préstamo cultural desde una perspectiva etnológica y onomasiológica (suelen ser préstamos de palabras y cosas a la vez). El préstamo es el mecanismo por el cual se transmiten novedades culturales entre dos lenguas a través de vías indirectas. Los manuales, libros de texto y obras divulgativas ofrecen grandes listas de préstamos que la lengua española ha recibido durante siglos, no como elementos invasores sino como elementos básicos en la formación de léxico español; constituyen en bloque la segunda fuente del léxico español sólo superada en número por lo patrimoniales derivados del latín (ibid: 19).

Un ejemplo de esto es el vocablo *Bouquet*, palabra del idioma francés que para el español es un galicismo moderno de finales del siglo XIX y principios del XX. Se trata de un préstamo léxico entre el francés y el español el cual se ha realizado de forma indirecta a través de manuales, libros de texto y ciertas obras de divulgación referentes a la perfumería, la gastronomía y la enología. Este elemento más que ser invasor es una innovación que acrecienta el léxico español. El significado de bouquet es "ramillete de flores" o "aroma del vino". Ambos significados se han insertado en nuestro idioma pero en diferentes contextos. En el primer caso lo encontramos en relación a la perfumería donde bouquet se denomina a la mezcla de notas florales presentes en un perfume. Ejemplo:

—Un bouquet de fragancias efectivo solo podían conseguirse con aromas correspondientes a un acorde musical armónico...” (Groom, 2000:9).

Por lo que se refiere a la enología cuando uno habla del bouquet no sólo es el aroma del vino, sino también se trata de un término que designa los olores cuyo desarrollo es el resultado de la crianza de los vinos en barricas de roble o bien, de su envejecimiento en botellas. Por ejemplo *Aromas terciarios: el bouquet de la crianza* (Mijares, 1998:137).

El hecho de que tanto la ortografía como la pronunciación de esta palabra permanezcan iguales que en su lengua original¹⁹ nos permite confirmar que se trata de un préstamo que genera una innovación léxica en la lengua receptora. Por ser un término reciente su asimilación en el español aún es incompleta su aplicación es sólo perceptible en sectores profesionales.

4.1 Vocabularios terminológicos. ¿Sub lenguajes o nuevos lenguajes?

"Existen además otros sistemas de comunicación humanos y no humanos incontrovertiblemente naturales y no artificiales pero que no parecen lenguas en un sentido estricto del término, aunque se aluda a ellos mediante la palabra 'lenguaje'. Recuérdese a este propósito frases como 'lenguaje de señales', 'lenguaje corporal' o 'lenguaje de las abejas'..." (Lyons, 1970: 29)

Al comunicarnos no siempre lo hacemos por medio de sonidos. Muchas veces utilizamos otros signos portadores de información. Por ejemplo, los matemáticos y técnicos en informática construyen con frecuencia sistemas de notación que son artificiales y no naturales. Emilia Currás (1998:29) señala que los lenguajes especializados, peculiares y

¹⁹ La correcta ortografía de este vocablo en el idioma francés es <bouquet> se pronuncia /buqué/ puesto que las palabras terminadas en consonante no se pronuncian en este idioma. Sin embargo la asimilación parcial de este vocablo en el idioma español ha provocado que su pronunciación sea confusa pues hay quienes pronuncian /buquet/ haciendo hincapié en la t final o bien /buqué/ si es que tienen conocimiento del idioma francés.

particulares, de cada una de las distintas actividades humanas y de las diversas ramas del saber humano en su pluralidad de disciplinas, son ‘lenguajes especializados’ utilizados por ‘especialistas’ y también sólo conocidos por ellos. Estos sistemas lingüísticos se componen de unidades mínimas llamados términos²⁰; su importancia no radica en lo lingüístico o lo lexicográfico, sino en su repercusión hacia la normalización de los lenguajes que permiten un dominio, una soberanía sobre el mundo de la información. Varios sistemas de descripción basados en tesauros de palabras referentes a sustancias compuestas provienen de su utilización, en otros dominios donde las descripciones olorosas son necesarias.

4.1.2 El vino y sus aromas

El origen de los compuestos aromáticos en los vinos, es múltiple y puede estar ligado a la uva, a los procesos enológicos o al entorno ambiental del vino. La mayoría de los compuestos provienen del hollejo de la uva y gracias a la maceración se difunden en el vino. Esta etapa es fundamental para las cualidades aromáticas del mismo. Finalmente la conservación dentro de las barricas de roble mejora el perfil aromático de los vinos, difundiendo sus moléculas y modificando las que contiene e vino. Por lo tanto la enología ha desarrollado un vocabulario específico para cada una de las actividades que involucran el proceso de creación y manufactura de los vinos (Girad, 2004:31).

—Para hablar con exactitud llamaremos **fragancia** a los olores que provienen del terreno y de la variedad de uva. Si hablamos del proceso de elaboración emplearemos el término **aroma** y si nos referimos a los olores de la crianza utilizaremos **nariz o bouquet**” (Baeza, 2000:38).

²⁰ Currás define a la terminología como: "Proceso ontológico por el cual se llega a la normalización de los sistemas formados por los diferentes lenguajes especializados, donde el concepto fijado por el término se encuentra en relación semántica con el resto de los términos del sistema. La finalidad de la terminología se cifra en el mejor entendimiento de especialistas entre sí y de estos con su entorno" (1998: 29)

El vino contiene una multitud de sustancias aromáticas que nos permiten analizarlo desde un punto de vista olfativo; y es por medio de la cata²¹ que esto es posible.

Establecimos con anterioridad que el olfato reconoce y clasifica los productos siempre que cumplan tres condiciones (Mijares, 1998:136):

- 1) Deben ser volátiles.
- 2) Deben ser solubles en la mucosa olfativa
- 3) Deben tener olor

En el caso del vino los compuestos volátiles son: alcoholes, ésteres, aldehídos, cetonas y terpenos. Estos estímulos olorosos se perciben por vía retro nasal²² a través de los aromas. Hay diferentes formas de provocar el desprendimiento de los olores. Su intensidad dependerá del modo de agitación del vino en la copa y de la proximidad de la superficie donde la nariz aspire el aire, influyendo también la forma de la copa y del volumen del aire que contenga (Benavent, 1997:28).

El vino debe olerse después de agitarlo ya que se aumenta la superficie de contacto con el aire y por consecuencia la evaporación de sustancias olorosas. Este movimiento de rotación que se le imprime a la copa hace que el vino suba a lo largo de las paredes humedeciéndolas y llenando de vapores la parte vacía es entonces cuando el catador inclina la copa y aproxima la nariz para oler el vino. La cantidad de moléculas olorosas que se volatilizan depende de la temperatura del vino y de la superficie de evaporación.

Estas fases sucesivas nos proporcionan los datos necesarios para (una vez percibidos los estímulos), definirlos, clasificarlos y después comunicarlos.

²¹ La cata es una técnica que somete al vino a un estudio minucioso de los sentidos con la finalidad de conocerlo, analizarlo, clasificarlo y calificarlo. Este análisis sensorial descriptivo se divide en tres fases principales: 1) sensorial fisiológica, 2) traducción terminológica y comunicación de información e 3) interpretación de la información (Benavent, 1997:42).

²² Una aspiración retro nasal consiste en llevar el aire que se ha hecho pasar a través del vino hacia los pulmones, después tragar el vino (o echarlo a la escupidera); a continuación llevar los vapores hacia la cavidad nasal. Todo aroma detectado de esta manera se retronasal, normalmente aparece en los vinos de mayor calidad o en los vinos aromáticos. (Jackson, 2002:137)

Claude Flanzy (Jackson; 2002: 32) proponía la creación de un vocabulario de cata único e incluso internacional. Para él la descripción de estas impresiones debía emplear términos concretos que definieran la naturaleza y la intensidad de las sensaciones percibidas. En este sentido la elección de los términos resultaba muy importante ya que estos deberían ser precisos, reproducibles y conocidos por todos lo cual no siempre ocurre.

La fase de traducción descriptiva en lenguaje normalizado queda todavía muy confusa pues, como mencionamos con anterioridad, al tratar de describir las impresiones percibidas para luego interpretarlas y formular un juicio, el lenguaje por muy rico que sea, resulta insuficiente debido a que la misma experiencia es descrita de diferente manera por cada uno de los catadores, que a su vez emplean desde términos técnicos y específicos hasta expresiones informales, imaginativas e incluso personales. Por ejemplo, los términos empleados para denominar los olores existentes en los vinos— durante su elaboración y conservación—, se clasifican en las siguientes series: animal, balsámica, madera, verdes, química, especias, esteroides, minerales, empírea, floral, frutas, vegetal y otros; leamos la siguiente cita:

—Los aromas <<verdes>> o <<herbáceos>> están ligados a la vendimia con una madurez insuficiente sin ser realmente perjudiciales para la calidad del producto final...” (Girard, 2004:31)

Aunque se busque el término en un diccionario común y su significado nos permita tener una mejor idea de a qué se refiere el enólogo, expresiones como “~~aroma~~ verde” nos confunden; “verde” no alude al color del líquido sino a las emanaciones que producen ciertos ácidos en el vino. Citaremos algunos de estos términos a modo de ejemplo:

ANIMAL.- Su olor lo relacionamos con el que desprenden algunas carnes y sobre todo la caza. Son olores potentes que se encuentran en los vinos tintos viejos. También recuerdan el cuero, el pelo humedecido y el sudor. Son olores apreciados en los grandes vinos tintos de crianza con larga conservación. El olor a zorro es un olor

desagradable que aparece en los vinos mal vinificados o procedentes de cepas híbridas. (Reyes, 1992: 44)

MADERA.- Los percibimos de los taninos²³, de la madera de roble, de las barricas de crianza o de los toneles de conservación. Recuerdan la madera verde, vieja y rancia. (*ibid*: 45)

QUÍMICOS.- Recuerdan el alcanfor, naftol, fenicado, fenol, medicinal, farmacéutico, yodo, cloro, moho, huevos podridos o desinfectante. (*Ídem*)

ESPECIAS.- Es una categoría muy amplia. Son olores potentes característicos de los vinos tintos y de algunos blancos muy viejos procedentes de vendimias muy maduras por el sol. Los vinos que tienen defectos ligados a fenómenos de reducción despiden olores de ajo y cebolla. (*Ídem*)

FLORALES.- Nos remiten a una determinada flor. Entre los que podemos encontrar el olor de acacia, espino, madreselva, narciso y clavel que son agradables, finos, ligeros y que se encuentran fundamentalmente en los vinos blancos secos y espumosos. Los olores a rosa, violeta, retama, tilo y jazmín son más violentos y pesados apareciendo en los vinos blancos con cuerpo, de crianza y en algunos vinos tintos. El excesivo olor a geranio puede deberse a la degradación de ácido ascórbico utilizado en los vinos dulces. (*ibid*: 46)

FRUTALES.- Por lo general son olores muy agradables que encontramos en los vinos jóvenes y en los vinos destinados a crianza pero consumidos jóvenes. O bien en algunos tintos ligeros o un poco tánicos. El olor de la manzana puede deberse a un defecto o una virtud, si es de manzana madura será propia de vinos oxidados o que han tenido problemas de fermentación maliláctica. Si es de manzana verde Golden o reineta será muy agradable y aparecerá en los vinos blancos secos jóvenes. El olor a

²³ Tanino se refiere a una sustancia que se extrae de la piel y la semilla de la uva, se encuentra principalmente en el vino tinto. Se reconoce porque se engancha en los dientes y provoca una sensación similar a la de los algodones que el dentista introduce en la boca de sus pacientes.

plátano es un olor simple poco original y muy frecuente en los vinos primerizos y en los rosados tecnológicos. (*Ídem*)

Cuando utilizamos algunas de estas denominaciones estamos hablando del proceso de elaboración del vino y de los resultados de dicha elaboración. Así cuando hablamos de olores frutales y florales estamos mencionando una característica propia de vinos jóvenes, los olores de madera y especias son características de los vinos de crianza o envejecidos en madera y los olores de químicos o de farmacia nos hablan de vinos desequilibrados o con falta de higiene durante la elaboración y posterior conservación, sobre todo en lo que respecta a la limpieza de los depósitos.

Estos términos bien podrían formar un tesoro porque cada uno de ellos, nos hablan de conceptos cuya relación semántica tiene coherencia con los demás términos enológicos.

Dependiendo de la vida de un vino los aromas se clasifican en: primarios secundarios y terciarios²⁴. La evolución de los olores y aromas se produce durante la vida del vino según un orden lógico. Así un vino joven puede tener un olor floral que evolucionará primero hacia aromas de frutos frescos, después hacia frutos secos, transformándose al final en bouquet de envejecimiento con caracteres de origen vegetal o animal. Con todo esto puede entenderse que el catador una vez que recibió los estímulos correspondientes y perciba ciertas sensaciones puede expresarlas, definir las y clasificarlas, de esta forma se completará la tercera y última fase de la cata.

²⁴ PRIMARIOS o varietales. Proviene de la uva y del mosto con que se ha elaborado el vino y significan la base sobre la que se edifican el resto de los aromas. También se les llama varietales porque nos indican el tipo de suelo y el clima en el que han crecido las plantas. Es más o menos intenso y más o menos fino según el vidueño y el estado de madurez de la uva. Por ejemplo, la cepa más representativa en este sentido es la Moscatel, pues tiene un olor específico que aparece incluso después de la vinificación. Se percibe en un primer momento, nada más al servir el vino en la copa y antes de agitarla (Benavent, 1997:48). SECUNDARIOS o de la fermentación. Estos se forman en el momento de la fermentación alcohólica y maloláctica; se perciben como aromas a levadura y fermento si el proceso fue correcto, de lo contrario apareciendo así olores como a establo. Durante esta fase hay un cambio tanto cualitativo como cuantitativo del aroma de la uva, la con aparición de esteres asociados a los olores iniciales constituyen los aromas secundarios que determinan el perfil aromático de los vinos jóvenes (ibid: 74). Terciarios o de envejecimiento. Están constituidos por los compuestos aromáticos que se forman con la crianza y envejecimiento de los vinos debido a fenómenos de oxidoreducción y esterificación. Este proceso se realiza en la madera primero y en la botella después, aportando nuevos matices al vino; que al sumarse a los olores primarios y secundarios da origen a la plenitud aromática que llamamos <<bouquet>> (ibid:86)

Otros términos relacionados con la descripción de las sensaciones olorosas tienen que ver con la intensidad, la calidad y la clase (Benavent, 1997:44); se enuncian de la siguiente forma:

La intensidad.- Se evalúa en función de la escala siguiente: Muy fuerte, fuerte, bastante fuerte, mediano, un poco débil, débil y muy débil. Así un vino será muy aromático o bastante aromático, teniendo un olor fuerte o mediano.

La calidad.- La sensación cuantitativa se traduce en una impresión agradable cuando los olores son finos, con clase, distinguidos, elegantes y sutiles. Los olores poco finos, vulgares y ordinarios se percibirán de forma desagradable. La originalidad de un olor se pone de manifiesto cuando aparece una nota que sorprende y que a la vez es agradable. Los aromas ricos y complejos son siempre más apreciados que los aromas pobres y simples. La calidad de un olor se definirá con los términos siguientes: Agradable o desagradable, fino, con clase o distinguido, simple, rico o muy rico, poco fino (grosero), vulgar u ordinario, original o genuino.

La clase de olor.- Para identificar un olor hay que referirlo a olores conocidos que se encuentren en la naturaleza. Es una forma muy útil para memorizar las sensaciones olfativas características de un vino. Por ejemplo “Los vinos de Verdejo de la Denominación de Origen Rueda tienen notas olfativas de anís”. (Reyes, 1992: 44)

Esta definición aunque parezca simple tiene el mérito de dar una referencia olfativa simple y precisa de estos vinos. Según la capacidad del catador para reconocer y memorizar los olores, la descripción olfativa podrá ser más o menos compleja. Un ejemplo del uso de estos términos es: “La finura hace que el perfume no canse al catador gracias a su elegancia” o bien “un olor es sutil cuando se manifiesta por una nota central acompañada con diversas notas armónicas” (ibid: 43)

Después de leer esto resulta obvio el por qué las imprecisiones son tan comunes pues con frecuencia los catadores tardan más tiempo en describir y justificar los vocablos que emplean que en comentar el vino mismo.

La mayoría de las palabras utilizadas para describir los vinos son epítetos como: Soso o insípido, suave, sedoso, tierno, ligero, desvaído, blando, neutro, robusto, pastoso, espirituoso, sólido, redondo, basto, etcétera.

Veamos la descripción de un vino de Jerez:

–PALO CORTADO, Este vino poco común y personalidad muy marcada tiene color de caoba brillante, aroma de avellana y paladar seco, equilibrado, elegante y persistente. Se ha criado como un oloroso y tiene la gordura de los olorosos en el paladar pero en la nariz es limpio como un amontillado. Graduación sobre los 18^o” (Baeza, 2000:215)

Una reinterpretación de esta descripción podría ser: Palo Cortado es un vino que equilibra de manera perfecta el alcohol y la acidez de la fruta, esto proporciona al licor suavidad y consistencia, el color nos indica que es de buena calidad pues entre más oscuro menos ácido. Su aroma es fuerte, definido y perdurable como el de los vinos viejos. Todo esto nos dice que es un vino de más de cinco años cuya maduración proporcione un vino rico y de calidad.

Sin duda el lenguaje de para hablar del vino es imaginativo y novedoso: A fuerza de usarse de forma habitual resulta familiar no sólo para los profesionistas sino también para los enófilos

Como vimos la descripción de los vinos se basa principalmente en la utilización de adjetivos calificativos o epítetos que asocia con los atributos de los vinos. Ciertamente que la enología ha provocado un cambio de significación en muchas de las palabras que emplea; y aun cuando podría considerarse como un nuevo lenguaje, esto no es posible debido a que sus reglas gramaticales son las mismas que el idioma en el que se expresa o se apoya, lo

que es innegable es que sus descripciones nos fuerza a un ejercicio mental de creación y recreación de imágenes a través de los sentidos involucrados.

4.1.3 El Perfume ¿Otro lenguaje del olor?

El perfume ha sido utilizado en un sin fin de rituales ya fuesen médicos o religiosos; y en otras actividades humanas como festividades, cortejos, guerras, entierros o velorios. La palabra *Perfume* proviene del latín *per* por y *fumare* producir humo, hace referencia a la sustancia aromática que desprendía un humo fragante al ser quemado y utilizado para sahumar. En la actualidad esta palabra se refiere al líquido aromático que usa un hombre o una mujer para desprender olores agradables.

Las fragancias eran artículos muy valiosos en el mundo antiguo, en buena medida, las rutas comerciales se desarrollaron en torno a la incesante búsqueda de ingredientes para su elaboración.

A pesar del paso del tiempo los perfumes han conservado su aura de magia y misterio (Mandy, 2002:13). Herederos de la alquimia y de manera autodidacta, los perfumeros crearon el auge por las ‘esencias divinas’ que creaban; mantenían sus formulas en secreto y sólo las ofrecían a clientes muy selectos. A medida que el comercio creció y la industria surgió, fue posible el crecimiento de una mayor variedad de esencias de alta calidad.

En el siglo XIX los perfumes se elaboraban con una sola esencia que correspondía a una planta determinada; y los cambios de olor debido a los distintos índices de evaporación eran considerados parte intrínseca del proceso de desgaste. En 1899 Aime Guerlain, introdujo la idea de elaborar un perfume más estructurado y, gracias a las investigaciones de William Poucher (Groom, 2000:35) sobre los promedios de evaporación de los materiales presentes en un perfume, la idea de Guerlain se hizo posible; dando paso con ello a la perfumería moderna. A partir de entonces, los perfumes comerciales se elaboran de

acuerdo al sistema piramidal o en tres capas, es decir, estos perfumes están compuestos por tres notas: una alta o aguda, una media o corporal y una baja o seca. (*Ídem*)

—La nota aguda es el primer olor que percibimos y que llega antes al olfato, su duración suele ser muy corta. La nota corporal es la principal característica del olor de la sustancia pues proporciona al perfume su aroma medio y le da cuerpo; su duración es mayor que la aguda y puede ser de entre 15 minutos y una hora. La nota seca es el aroma más duradero de la esencia, su función es dar gracia, textura y cualidades duraderas; se puede percibir al cabo de media o una hora o bien, puede incluso durar varias horas o días. La transición de una etapa a otra es una fusión sutil en donde una sustituye a la otra” (Mandy, 2002:66)

A finales del siglo XIX Eugene Rimel, (famoso perfumista francés), sugirió clasificar las fragancias usadas en la perfumería en 18 grupos (Chastrette, 2002:104). En la misma época otro perfumista, Septimus Piesse introdujo una nueva clasificación de fragancias basada en una organización similar a la de las notas musicales; propuso una octava de olores en donde a cada nota le correspondía un aroma (Mandy, 2002:138). Piesse pensaba que —...un bouquet de fragancias sólo podía conseguirse con aromas correspondientes a un acorde musical armónico .Un acorde de perfume consiste en al menos dos y no más de cinco notas o esencias mezcladas de modo que sus identidades individuales se fundan en un todo armónico” (ibid: 76). Este sistema fracasó por la complejidad que alcanzó pero la idea de utilizar términos musicales fue bien recibida, pues esta imagen mental satisfacía a todo mundo y es la razón por la cual se usa en la actualidad.

El perfumista trabaja con aceites esenciales de frutas y flores, extractos de árboles, plantas, animales y compuestos químicos sintéticos. Aprende a combinar las materias primas que empleará para sus composiciones. El sistema olfativo del perfumista, al igual que el del enólogo, debe registrar un mapa topográfico en el cerebro para cada una de estas materias primas.

Siguiendo el desarrollo de la industria del perfume, numerosas clasificaciones empíricas fueron propuestas. Algunas se basaban en las propiedades físicas como la volatilidad o la intensidad, el umbral oloroso; otras se basaron en los compuestos químicos y otras incluso en las propiedades y efectos psicológicos (Colombani, 1987: 163). En 1988 la Sociedad Francesa de Perfumistas estandarizó un sistema de clasificación en las fragancias dividiéndolas en *familias* estas son: Cítrico, Chipre, Cuero, Florales, Fougère (o helechos) y Orientales (o ámbar). Estas agrupaciones a su vez se subdividen creando un sin fin de términos (Groom, 2000:18).

Al igual que la Enología, la Perfumería ha creado un vocabulario único que emplea tanto la denominación de sustancias puras como la de compuestos químicos, así encontramos términos como: éteres, alcoholes, aldehídos, flores, hierbas, etcétera.

Si la elaboración es rudimentaria o casera la nomenclatura que se utiliza es la que corresponde al objeto del cual obtenemos la sustancia que se va a emplear, como sería el caso de: Agua de rosas, Loción de Hamamelis, etc.

También encontramos palabras conocidas, a las que se añaden nuevos significados como sería el caso de: *Hesperidio* (diccionario).- *m.Bot.* Fruto carnoso de corteza gruesa dividido en gajos. *Hesperidio* (en perfumería).- Fragancia que se obtiene de los cítricos. Así mientras la mayoría de nosotros diría “este perfume huele a limón, naranja, mandarina o pomelo” los perfumistas emplean frases como “perfumes cítricos” o bien “fragancia con notas de hesperidio”.

Por último encontramos la inclusión de términos de otros idiomas como sería el caso de:

Fougère del francés (dicc.).- Helecho *Fougère* (perfumería).- Fragancia de notas frescas y herbales en una base musgosa, parecida al helecho.

Mientras que en el lenguaje cotidiano mencionar las preposiciones _de o _a antes de la enunciación del nombre es fundamental, en la perfumería resulta innecesario. Así

encontramos lociones herbales, perfumes cítricos, o amaderados entendiendo que esto agrupa en sí no solo el ingrediente principal sino la combinación de varias sustancias.

Cuando leemos la ficha comercial de un perfume las descripciones del producto no van más allá de la enunciación de sus componentes. Por ejemplo:

—*BLUE* de Elizabeth Arden pertenece a la Categoría floral con notas altas de lavanda, bergamota y azahar, medias jazmín, rosa y especias, y bajas de sándalo, vetiver y cedro” (Groom, 2000:23)

En realidad ésta y otras descripciones similares no dicen gran cosa a los hablantes, pero algunos de los nombres de estos líquidos aromáticos resultan mucho más atractivos y sugerentes como por ejemplo *Opium*, *Obsesión*, *Tresor*, *Hot*, entre muchos otros, de hecho se piensa que las implicaciones semánticas de los nombres determinan por mucho la elección y adquisición de un perfume. Al igual que las feromonas, el perfume es captado directa e inmediatamente por el sistema nervioso y desencadena respuestas biológicas, incluso, antes de llegar a la conciencia. Suskind dice: —quien domine los olores controlará el corazón de los hombres” (1993:137), desde la Antigüedad se cree que las sustancias tienen el poder para crear una pasión celestial o cuando menos, estas pueden causar estragos en otros. Estas asociaciones basadas en la relación que tiene el olor con la sexualidad son ampliamente explotadas por la industria del perfume. Los nombres surgen de exaltar atributos y características a través de los aromas, los nombres de los perfumes son un sinónimo de la necesidad y el deseo de atraer y conquistar al sexo opuesto (Vroon, 1999:161). Aunque las mujeres resultan más susceptibles a la ficción creada por la industria publicitaria, el uso de perfumes, tanto en hombres como en mujeres, desempeña un papel en la gestión de la impresión acerca de una persona. Por ejemplo en situaciones en las que se imitan sesiones de entrevistas, los hombres generalmente calificaban a los aspirantes de ambos sexos con valores más bajos en diversos aspectos, tanto si usaban alguna esencia como si no lo hacían pero las mujeres calificaban a los aspirantes con notas más altas si

usaban esencias (Matlin, 1996:430). Como bien señalaba Sinnot, el olor se torna una herramienta para menospreciar a otro²⁵.

Actualmente el ser humano basa su percepción del mundo exterior privilegiando a la vista y el oído y menospreciando la dimensionalidad del olfato; la proliferación y la saturación de olores químicos ha comprometido nuestra habilidad para apreciar los olores naturales ya sea que sean sutiles o complejos.

Pero aquellos profesionistas que utilizan su nariz como herramienta de trabajo saben lo atractivo que resulta observar cómo el desarrollo de este sentido abre las puertas a un mundo sensorial fascinante.

Tanto en la Enología como en la Perfumería se habla de la transformación que sufren los aromas durante los diferentes procesos de su elaboración. En ambos casos el proceso de reconocimiento y manejo de los olores, obligó a los profesionistas a crear un lenguaje particular que combina tanto términos específicos como términos comunes y cuyas reglas gramaticales son las mismas del idioma en el que se expresan. El acto comunicativo de sus experiencias olorosas se basa en su mayoría en conceptos metafóricos y analogías que pretenden explicar el mundo de sensaciones que se provocan con las distintas y diversas emanaciones que involucran su quehacer diario.

Desafortunadamente el hecho de tratar de evocar una sensación que se combine con el pensamiento genera muchas abstracciones. La experiencia olfativa nos hace recurrir a un punto paralelo en la imaginación que nos genere una respuesta estética que logre estimular algún otro sentido, que a su vez nos permita entender la primera sensación.

²⁵ Cfr. Capítulo 1 p.16

CONCLUSIONES

Partimos desde un punto de vista fisiológico en donde establecimos que el olor interviene en diversos momentos de nuestra existencia definiendo nuestro comportamiento e incluso determinando nuestras preferencias.

Los olores están por todas partes, transitamos entre ellos de manera inconsciente y por lo general de manera involuntaria. Nuestro único contacto consciente es inducido por la mercadotecnia y ciertos estereotipos sociales que determinan y condicionan nuestra conducta. Esta es la razón por la que procuramos “oler bien”, y que nuestras pertenencias “huelan bien”. Como señaló Sinnot (2003) no basta ‘oler a jabón’ es necesario oler bien.

No existen vocablos en la lengua que expliquen de manera contundente el resultado del proceso de la olfacción. En el lenguaje cotidiano los hablantes suelen referirse al objeto oloroso o la procedencia del mismo. Clasificándolos según sus cualidades y características aunadas a la experiencia con la que se vincule. Su denominación entonces obedece más al intento de clasificar la experiencia, que a la experiencia en sí. De este modo se vuelve un objeto psicológico que para ser expresado depende de la fuente y del contexto. Por otro lado, enunciaciones como *oloroso* o *agradable* ponen de manifiesto que el hablante concibe al olor no como un objeto sino como un efecto para el sujeto o más bien de un estado del mundo pertinente en el proceso adaptativo o en la actividad del sujeto.

Conceptos abstractos como el olor son imaginados de manera que percibimos un encadenamiento entre el sentido concreto de las impresiones del concepto que evoca y el pensamiento abstractivo que se forma en nuestra mente. Es decir “este principio de continuidad sugiere que el cerebro humano basa sus categorías de pensamiento abstracto en las asociaciones imaginativas que se derivan de las impresiones sensoriales” (Lakkof, 1900). Así más que explicar la experiencia olfativa las metáforas olfativas nos ayuda a comprender los cambios de significado que el olor sugiere como serían los conceptos de libertad, bienestar, santidad y reputación conferidos al oler bien, o de descalificación y segregación (sospecha, intuición) para aquello que no huele bien.

Es en la literatura donde, apoyados en la sinestesia y la metáfora, se expone con mayor libertad el cambio del olor de simple sensación física a innumerables imágenes simbólicas, que refuerzan el lazo emocional que el olor tiene en nuestras vidas.

La enología y la perfumería se han visto en la necesidad de acrecentar la significación de varios vocablos y de crear términos que nombren las cualidades y características que explican su quehacer diario. Esta intención creadora llevó a ambas industrias a emplear el término de *‘notas’* para referirse a cualidades olfativas mínimas, que combinadas logran sinfonías aromáticas que bien producen placer. La enología hace uso continuo de sinestesias y metáforas estructurales; así encontramos enunciaciones de olores verdes, *amaderados o especiados*, o bien olores *fuertes, pesados, perdurables o finos*. La perfumería por su parte se vale de analogías y metáforas que refuercen la relación psicológica que el olor produce en nosotros y en los que nos rodean; de esa forma explota la relación entre sensualidad y seducción que las esencias sugieren.

Todos estos ejemplos muestran la necesidad de tener un sistema lexical sensible al contexto, el cual sea capaz de expresar y comunicar la variedad de la experiencia humana.

BIBLIOGRAFIA

- AMER MAISTRIAU, Estefanía. –La percepción y el reconocimiento de los aromas”. 2005. <<http://www.percepnet.com./ciencia>>. 24 febrero 2007
- ARISTÓTELES. *La Gran Moral*. Madrid. Espasa-Calpe. 1976.
- BADDLEY, Alan. *Memoria Humana*. España. Mc Graw Hill. 1999.
- BAEZA, Concha. *Gran Atlas del Vino*. Madrid. Libsa. 2000
- BALARY RIVERA, Sergio –La Frase” en *Elementos de Lingüística*. Barcelona. Octaedro. 1996
- BENAVENT ALEIXANDRE, José Luis. *La Cultura del vino. Cata y Degustación*. Valencia. Universidad de Valencia. 1997
- CANDAU, Jöel. –El Lenguaje natural de los olores”. 2005 <<http://www.percepnet.com./ciencia>>. 14 junio. 2006
- _____. –El olor mediano de la colcha de tía Léonie 1ª parte y 2ª parte”. 2006. <<http://www.percepnet.com./ciencia>>. 21 mayo. 2007
- CHASTRETTE, Maurice. –Classification of Odors and Structure-Odor Relationships” en *Olfaction, Taste and cognition*. Ed. Catherine Rouby et al. New York: Cambridge University. 2002. pp. 100-116
- COLOMBANI, Marie-José y Jean-Roger Bourrec. *El Libro del amante del perfume*. Barcelona. El cuerno de la abundancia. 1987
- CORBIN, Alain. *El perfume o el miasma social: El olfato y lo imaginario social; Siglos XVIII y XIX*. México. FCE. 1987.
- CORPAS PASTOR, Gloria. *Diez años de investigación en fraseología*. Madrid. Veervuert. 2003.
- COSERIU, Eugenio. *Principios de Semántica Estructural*. Madrid. Gredos. 1977.
- COROMINAS, Joan. *Breve Diccionario Etimológico de Lengua Castellana*. Madrid. Gredos. 1961
- CREA Corpus de referencia del español actual <<http://www.rae.es>> mayo, 2006.
- CURRÁS, Emilia. *Thesaurus. Manual de construcción y uso*. Madrid. Kaherll. 1998
- DANESI Marcel. –La Metáfora y la formación de los conceptos abstractos” en *Metáfora y discurso filosófico*. Madrid. Tecnos. 2000. pp. 194-211

- DRAE . *Diccionario de la Real Academia Española*. <<http://www.rae.es/drae>> mayo 2006
- DUBOIS, Daniele y Catherine Rouby. "Names and categories for Odors; The Veridical Label" en *Olfaction, Taste and cognition*. Ed. Catherine Rouby et al. New York: Cambridge University. 2002. pp. 47-66
- ENRIQUEZ ANDRADE, Héctor Manuel. *Campo Semántico de los Olores en Totonaco*. Tesis Doctoral. México. ENAH. 2008
- FERNÁNDEZ LEBORANS, María Jesús. *Campo semántico y connotación*. Madrid. Cupsa. 1977
- GANONG, William. *Manual de Fisiología Médica*. México. Manual Moderno. 1988 pp.102- 110
- GIRAD, Guillaume. *Bases científicas y tecnológicas de la enología*. Zaragoza, Acribia, 2004.
- GONZÁLEZ REY, Maribel, "La idiomática en las unidades fraseológicas" en *Estudios de fraseología*. Madrid. Iberoamericana. 1998. pp. 57-73
- GÓMEZ CAPUZ, Juan. *Prestamos del español*. España. Arco/Libros. 2004
- GROOM, Nigel. *Perfume desde Chanel N°5 hasta Tresor*. London. Evergreen. 2000.
- GUERRERO CISNEROS, Cuahutemoc. *Anatomía Humana*. México.UNAM. 1979.
- HERRERO CECILIA, Juan. "La teoría del estereotipo aplicada a un campo de la fraseología: las locuciones expresivas francesas y españolas". 2006. <<http://www.ucm.es>> 16 julio 2007
- HOWES David. "Nose-Wise: Olfactory Metaphors in Mind" en *Olfaction, Taste and cognition*. Ed. Catherine Rouby et al. New York: Cambridge University. 2002. pp. 67-81
- INCHAURRALDE, Carlos e Ignacio Vázquez ed. *Una Introducción Cognitiva al Lenguaje y la Lingüística*. Zaragoza. Mira. 2000
- ISSANCHOU, Silvie et al. "Testing Odor Memory: Incidental versus International Lercuning, Implicit versus: Explicit Memory" Ed. Catherine Rouby et al. New York: Cambridge University. 2002. pp. 211-230
- JACKSON, Ronald S. *Análisis Sensorial de Vinos*. Zaragoza. Acribia. 2000
- LAKOFF, George y Mark Jonson. *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid. Cátedra. 1986
- LARSON, María. "Odor Memory: A Memory Systems Approach" *Olfaction, Taste and cognition*. Ed. Catherine Rouby et al. New York: Cambridge University. 2002. pp.231-245

- LE GUERN, Michel. *LA Metáfora y la Metonimia*. Cátedra. Madrid. 1990
- LLAMAS SUIZ, Carmen. *Metáfora y Creación Léxica*. España. EUNSA. 2005
- LÓPEZ Antunez. *Anatomía funcional del sistema nervioso*. México. Limusa. 1980. pp. 563-590
- LYONS, John, *Introducción a la Lingüística Teórica*. Barcelona. Teide. 1986
- MATLIN, Margaret W, Hugh J. Foley. *Sensación y percepción*. México. Prentice Hall. 1996
- MANDY Aftel. *Pequeña Historia del Perfume*. México. Paidós Iberica. 2002
- MARTÍN, Juan José ed. *El gran libro de los refranes*. México. Diana. 2004
- MIJARES y García-Pelayo Ma. Isabel y Antonio Saez Illobe. *El Vino: de la Cepa a la Copa*. México. Mundi-Prensa. 1998
- MORGADO BERNAL, Ignacio. —“Psicobiología del aprendizaje y la memoria 1ª parte”. 2006. <<http://www.percepnet.com./ciencia>>. 15 agosto 2007
- _____. —“2ª parte Cognición, recuerdo y olvido”. 2007. <<http://www.percepnet.com./ciencia>>. 15 agosto 2007
- PONCE, Anibal. *Gramática de los sentimientos*. Cartago. México. 1983.
- PORTOLÉS José. *Pragmática para hispanistas*. Síntesis. Madrid. 2004
- REYES DORANTES, Alberto et al. *Elaboración de los vinos de mesa*. México. UNAM. 1992
- RIDRUEJO ALONSO, Emilio. “Lingüística Histórica. El Cambio lingüístico” en *Las Estructuras gramaticales desde un punto de vista histórico*. Madrid. Síntesis. 1989. pp. 45-61
- RODRÍGUEZ-VIDA, Susana. *Diccionario Temático de frases hechas*. España. Columbus. 2004
- SCHIFMAN, Harvey Richard. *Percepción Sensorial*. México. Limusa. 1989
- SINNOTT, Anthony. —“La sociología del olor” en *Revista Mexicana de Sociología*. Año 65 núm. 2 abril-junio. 2003. pp. 431-459
- STODDART, D. Michael. *El mono perfumado*. Madrid. Minerva. 1994
- STRONG y Edwin. —“El rinencéfalo, las vías olfatorias y el sistema límbico” en *Neuroanatomía humana*. Argentina. Ateneno. 1967. pp. 450-467

TORTORA, Gerard J. y Nichols P. Anagnostakos. *Principios de anatomía y fisiología*. México. Harla. 1984

VROON, Piet et al. *La Seducción Secreta. Psicología del olfato*. Barcelona. Tusquets. 1999

OBRAS CITADAS

AZUELA Arturo, *El tamaño del infierno*. 1985

BAUDELAIRE, Charles, *Las Flores del mal*. México. Letras Vivas. 2006

CELA, Camilo José. *La Familia de Pascual Duarte*. España. Plaza & Janés. 1999

LAFORET, Carmen. *Nada*. Barcelona. Ediciones Destino. 1947

ESQUIVEL, Laura. *Como agua para chocolate*. Barcelona. RBA Editores. 1993

PROUST, Marcel. *En busca del tiempo perdido. Por el camino de Swan*. México. Alianza. 1979

PUGA, Ma. Luisa. *La forma del silencio*. México. Siglo XXI. 1987

SÛSKIND, Patrick. *El Perfume*. Barcelona. Seix Barral. 1993