

Mecanismos metafóricos en el léxico de la cata de aceite de oliva en español

YARA EL GHALAYINI

South Mediterranean University, Túnez

MAHDI FENDRI

Instituto del Olivo, Túnez

Resumen: *Las circunstancias favorables del protagonismo del olivo y del aceite de oliva en la cultura mediterránea animan a realizar trabajos lingüísticos relacionados con el ámbito oleícola. A lo largo de los siglos, el aceite de oliva ha sido un alimento de gran importancia, acumulado un léxico especializado que, entre otras cosas, incluye el léxico especializado de la cata, que describe las sensaciones intersubjetivas que se perciben al degustarlo. Dicho léxico, se caracteriza por su riqueza y su carácter metafórico. En el presente artículo, se expone y se analiza lingüísticamente una muestra de las metáforas de este léxico en español, como primera etapa para un estudio más amplio sobre la interferencia del componente socio-cultural en la instauración de un vocabulario internacional estandarizado de la cata de aceite de oliva.*

Palabras clave: aceite de oliva, cata de aceite, metáfora, metonimia, terminología.

Abstract: *The favourable circumstances of the protagonism of the olive tree and the olive oil in the Mediterranean culture encourage to carry out linguistic works related to the olive-growing domain. Throughout the centuries, olive oil has been an essential aliment, and has accumulated a specialized vocabulary that, among other things, includes the specialized lexicon of oil tasting, which describes the intersubjective sensations that are perceived when degusting this product. This lexicon is characterized by its richness and its metaphorical character. In this paper, a sample of the metaphors of this Spanish lexicon is presented and analyzed linguistically, as a first stage for a broader study on the interference of the socio-cultural component in the establishment of a standardized international vocabulary of olive oil tasting.*

Keywords: olive oil, oil tasting, metaphor, metonymy, terminology.

1. Introducción

El olivo, *Olea europaea* L., es una de las primeras especies cultivadas en el mundo. Su origen remonta a más de 6000 años de antigüedad y se asocia a las primeras formas de civilización humana, en Mesopotamia, donde se hallaron pruebas de la existencia del cultivo tal como se conoce hoy en día (Zohary & Hopf, 1993). Desde entonces, el olivo ha ido acompañando todas las grandes civilizaciones de la cuenca mediterránea, adquiriendo un gran valor socio-económico y cultural (Rallo et al., 2005). Las circunstancias favorables al protagonismo del olivo y del aceite de oliva en la cultura mediterránea animan a realizar trabajos terminológicos y fraseológicos relacionados con el ámbito oleícola (El Ghalayini, 2012).

En la actualidad, el aceite de oliva es considerado como un alimento fundamental de la dieta mediterránea y se valora por sus destacadas propiedades organolépticas y nutricionales. Aunque representa menos del 3% de las grasas vegetales consumidas en el mundo (USDA-NASS, 2018), este producto conoce actualmente una gran expansión en nuevos países consumidores como los Estados Unidos, Japón, Canadá y Brasil (COI, 2018). Puesto que el aceite de oliva es una de las pocas grasas vegetales que se obtienen con medios exclusivamente físicos y a baja temperatura, se considera como un “zumo” o “jugo” de oliva, y por tanto, conserva la mayoría de las propiedades sensoriales del fruto. De hecho, existe tanta diversidad de perfiles sensoriales como el número de variedades de olivo, tierras donde se cultivan, condiciones climáticas, procesos de obtención etc. Todo esto hace que el análisis sensorial sea una disciplina muy útil para caracterizar las propiedades organolépticas de este alimento usando los sentidos humanos como una herramienta para medir los sabores, los olores, la armonía, la complejidad etc. y emitir un resultado objetivo.

Cabe destacar que la “valoración sensorial” del aceite de oliva es toda una disciplina de la ciencia y es ligeramente distinta de lo que se llama comúnmente como “cata” o “degustación”. La valoración sensorial es un método de medición basado en la percepción conjunta de un grupo de personas entrenadas (panel) que emiten apreciaciones intersubjetivas, reproducibles y repetibles en el espacio y en el tiempo. Es un procedimiento realizado en condiciones controladas por el cual se perciben, se analizan y se juzgan las características organolépticas de un aceite para poder clasificarlo

en su categoría comercial correspondiente y emitir, en su caso, un informe que puede tener un valor legal según una norma predeterminada. Una pequeña parte de la valoración sensorial incluye la detección de los atributos olfato-gustativos básicamente divididos en: atributos positivos y atributos negativos (Aparicio & Harwood, 2013).

Sin embargo, la descripción del aceite puede ser más profundizada incluyendo un número indeterminado de atributos sensoriales descriptivos. Por el contrario, los términos “cata” o “degustación”, aunque se usan de manera frecuente, hacen referencia a una prueba más hedonística que no tiene en cuenta el nivel de entrenamiento de las personas o de las condiciones a las cuales están sometidas. La terminología también diferencia entre el “catador analítico”, que es un miembro de un panel de valoración sensorial, y el “catador organoléptico” que es una persona entrenada que evalúa el aceite, pero de manera individual.

El análisis sensorial del aceite de oliva depende de las sensaciones buconasales que procura, mayoritariamente, el sabor, el olor y la textura en el paladar. El sentido de la vista no interviene en el resultado final, motivo por el cual los catadores profesionales utilizan un vaso de vidrio de color azul oscuro (o bien marrón o rojo) para no dejarse influir por el color. En la boca sólo se percibe un número muy limitado de atributos (dulce, salado, amargo, ácido, picante y sensación buco táctil) en comparación con un número ilimitado de sensaciones que se perciben por vía nasal directa o por vía retranasal (olor a través de la boca). Existe todo un registro de olores característicos que, cuando se detectan, se asocian a algo que tiene que ser previamente experimentado por el catador. De allí proviene la asociación del aceite de oliva a otros aromas como son los de otras plantas (manzana, plátano, tomate etc.) puesto que son las mismas moléculas que provocan la señal emitida al registro del cerebro humano como por ejemplo los aldehídos, los alcoholes, las cetonas etc. En este proceso intervienen muchos factores como el nivel de entrenamiento de la persona o su repertorio gustativo. Sin embargo, el antecedente socio-cultural de los catadores, así como el ambiente en el cual han desarrollado sus propias experiencias gustativas es también de capital importancia para la descripción de un aceite. Efectivamente, la asociación de un determinado atributo a un descriptor apropiado es un proceso bastante complejo para los catadores sobre todo cuando se trata de un método universal donde se supone que todos los catadores razonan de la misma forma

y emiten un juicio comparable. En este contexto, existen intentos para instaurar una terminología estandarizada como la que propone el Consejo Oleícola Internacional ([COI], 2018). Sin embargo, el repertorio lingüístico utilizado está todavía muy lejos de ser completamente universal.

Como en el caso del vino, los atributos descriptivos del aceite se designan a través de un léxico especializado que incorpora numerosas funciones reforzadas por la utilización de metáforas conceptuales, que son, según afirma la teoría cognitivista de la metáfora, una mecánica del pensamiento a través de la cual podemos conceptualizar determinadas realidades a través de otras (Lakoff & Johnson 1980). De tal modo, una fuente común para la producción metafórica estaría basada, fundamentalmente, en la percepción y la experiencia del ser humano (Pamies Bertrán, 2010).

El objetivo del presente artículo es exponer y analizar lingüísticamente las metáforas existentes en el léxico utilizado en la cata del aceite de oliva en el idioma español, como primera etapa para un estudio más amplio sobre la interferencia del componente socio-cultural en la instauración de un lenguaje internacionalmente estandarizado de la cata del aceite de oliva.

2. Mecanismos metafóricos y metonímicos

En el presente estudio, se han destacado varios grupos metafóricos conceptuales en el léxico empleado en la cata del aceite de oliva dependiendo del contenido figurado presente en cada uno de dichos términos. Hemos dividido el léxico figurado en cuatro grupos principales dependiendo del dominio fuente de las metáforas (entremezcladas en algún caso con metonimias), los cuales son:

1. EL ACEITE DE OLIVA ES UNA PERSONA;
2. EL ACEITE DE OLIVA ES OTRA PLANTA;
3. EL ACEITE DE OLIVA ES UN OBJETO;
4. EL ACEITE DE OLIVA ES OTRO ALIMENTO.

2.1. El aceite de oliva es una persona:

El aceite de oliva se representa como un ser humano, con determinadas *cualidades* o *defectos*, físicos o mentales, que evolucionan a lo largo del tiempo.

Criterio metafórico	Dominio fuente	Expresión metafórica
Cuerpo	Características físicas	<i>Cuerpo,</i>
Personalidad	Cualidades psíquicas o morales	<i>Noble, armónico, equilibrado, persistente, duradero, sutil, limpio, elegante, delicado.</i>
	Defectos psíquico o morales	<i>Basto, agresivo, grosero, grueso, delicado, desagradable.</i>
Edad	Ciclo de vida	<i>Maduro, viejo, verde</i>

El dominio fuente del primer modelo es un somatismo, relativo a la CONSISTENCIA FÍSICA del aceite:

Cuerpo: sensación buco-táctil positiva ligada a la textura e impresión del aceite en la boca; su densidad, viscosidad, consistencia o compacidad. En función de las sensaciones percibidas y la combinación progresiva de los componentes mencionados, el aceite tendrá *poco cuerpo*, o *mucho cuerpo*. La metáfora se deriva del hecho de evaluar una sensación buco-táctil de densidad.

El segundo modelo antropomórfico destaca las cualidades y defectos del aceite relacionándolas con el CARÁCTER de una persona:

Noble: aceite de oliva virgen extra de gran calidad que tiene personalidad y deja una sensación muy positiva por un conjunto de cualidades que hacen que sea casi perfecto. Por analogía con una tradición cultural que presuponía que un *aristócrata* era muy particular dentro de su especie, aventajando a los demás individuos en sus cualidades (<del griego *aristoi* "los mejores).

Equilibrado: aceite de oliva armónico en su conjunto, sin que ningún carácter que sobresalga sobre los otros. Habitualmente está relacionada con el amargor y el picante. Un aceite equilibrado es el que presenta un amargor y un picante de intensidades semejantes a su frutado. La palabra *equilibrio* implica madurez, responsabilidad, armonía y estabilidad, por analogía con las personas, para las cuales este adjetivo significa *ecuánime, sensato, prudente* (DRAE 2018, acepción 1ª).

Elegante: dicese a un aceite de oliva que manifiesta un equilibrio entre todas las sensaciones gustosas. Analogía con la persona dotada de gracia, nobleza y sencillez.

- Persistente:** aceite que mantiene la intensidad del sabor y los aromas por mucho tiempo en boca. Se asocia más al picante porque es la sensación más duradera y, dependiendo del aceite, puede persistir más o menos a la altura de la garganta. La persistencia está culturalmente considerada como un valor psíquico muy positivo: una persona persistente seguirá intentando alcanzar su objetivo, pese a los fracasos, y podrá aprender de cada uno de éstos.
- Duradero:** es un atributo positivo de aceite e indica que la intensidad del sabor y los aromas permanecen por mucho tiempo en boca. Por analogía con la persona *longeva*, porque logra mantenerse viva por mucho tiempo.
- Sutil:** aroma o sabor de baja intensidad y agradable, fino y delicado. La entrada en boca del aceite es muy importante para los catadores. Un aceite *sutil* es un aceite que, al primer momento de catarlo no provoca una sensación inmediata. Al contrario, otros aceites pueden provocar una entrada en boca demasiado brusca. Se dice cuando la primera sensación es de algo suave sin causar ninguna *agresión* o *sorpresas* al paladar. Por analogía con la persona *sutil*, que es delicada, aguda, ingeniosa, y por lo tanto capaz de comprender el sentido profundo u oculto de las palabras o las acciones.
- Limpio:** atributo positivo del aceite de oliva cuando este no tiene ningún defecto de cualquier tipo y provoca solamente percepciones positivas, independientemente de que sean muchas o pocas; es *franco* y sin olores desagradables. Una persona *limpia* es una persona franca, sincera y honesta.
- Delicado:** aceite que da en la boca una sensación armoniosa. Se asocia más a los aceites de intensidad ligera pero que presentan cualidades de frutado y de *armonías*. Son aceites de caracteres sutiles, elegantes, poco intensos, pero vivos y agradables, pues este adjetivo puede ser elogioso para las personas (DRAE 2018, acepciones 7ª y 8ª).
- Basto:** aceite pesado y duro al paladar, sin finura ni elegancia. Aunque puede no tener impacto sobre la categoría comercial, la naturaleza de un aceite basto hace que su entrada a la boca sea lenta. Puede ser también relacionado con algunos defectos del aceite como el moho y la humedad. Es una sensación espesa y pastosa en la boca (Aparicio y Harwood, 2003), pesado y difícil de asimilar. También se llama *grosero* o *grueso*, que, en este caso, son sinónimos intercambiables, aunque su sentido literal (aplicado a las personas) no sea el mismo.
- Agresivo:** dicese del aceite de oliva, *duro* y *áspero*, con excesiva astringencia y demasiadas *aristas* en boca. Este atributo está también relacionado con el amargor y el picante porque dichos parámetros provocan cierto disgusto cuando son dominantes y desproporcionados. Por analogía con la persona agresiva, que molesta a los demás, se alude así al sentimiento que provoca dicho aceite en la boca.

Desagradable: dicese del aceite que, por alguna característica defectuosa, produce mala impresión, efectivamente, lo mismo pasa con una persona que nos resulta *desagradable* sin que identifiquemos muy bien la causa.

El CICLO DE VIDA es un factor importante para medir la calidad del aceite de oliva:

Viejo: aceite de oliva que ha permanecido mucho tiempo almacenado. Es un atributo negativo relacionado a la oxidación y puede evolucionar al *rancio* que es uno de los defectos principales del aceite. Contrariamente al vino, cuando más envejece el aceite, más calidad pierde. De allí la metáfora con el envejecimiento de un ser vivo.

Maduro: aceite de oliva obtenido de aceitunas que han alcanzado una cierta madurez. Esto procura al aceite un perfil sensorial diferente característico de frutos maduros. En este caso, el atributo denota, por metonimia, la edad de las aceitunas, sin que esto implique una calidad inferior (a diferencia del aceite *viejo*). Hay una analogía con la cosecha de la fruta en general, pero también con el ser humano: generalmente, *maduro* no es un eufemismo para *viejo*, sino que es abiertamente positivo, indicando que alguien ha alcanzado su mejor edad, acumulando experiencia, etc.

Verde: sensación olfactiva compleja que recuerda al olor característico de los frutos antes de madurar. La metáfora existe en el hecho de llamar *verde* a la persona que está en la adolescencia o juventud.

2.2. El aceite de oliva es otra planta:

Un vegetal a su vez puede ser objeto de metáforas o metonimias con respecto a otro fruto, o elemento vegetal (Pamies 2010). El aceite produce sensaciones olfatto-gustativas que recuerdan a otras frutas o a frutos secos, así como a otras partes de una planta (hojas, flores). De tal modo, se puede decir que la proyección conceptual en este caso, asocia el aceite a otro elemento dentro del dominio conceptual botánico, sin que, aun así, se trate de metonimias, ya que, en la matoría la relación entre fuente y meta no es de contigüidad sino de semejanza.

Criterio	Dominio fuente	Expresión metafórica
Olor	Hierba	<i>hierba, hierbas aromáticas, menta-mentolado, heno</i>
	Flores	<i>camomila, flores</i>
	Frutos secos	<i>almendra-almendrado, nuez, piñón, avellana, pipas</i>
	Fruta	<i>frutado, frutado maduro, frutado verde, manzana, cítricos, frutas del bosque, frutas exóticas, tomate, tomatara, pera, plátano, fresa, mango, piña</i>
Olor/sabor	verdura	<i>alcachofa, pimienta, lechuga, hinojo, vegetal, pepino</i>
	Hojas	<i>hoja de higuera, hoja de olivo, eucaliptus, hojas verdes, cascara de plátano</i>

El primer sub-grupo metafórico alude al olor de una HIERBA:

Hierba: sensación olfactiva típica de la hierba. Se asocia más a los aceites de principio de campaña que, debido a que el fruto no ha alcanzado su madurez, emiten un aroma de hierba recién cortada.

Hierbas aromáticas: sensación olfactiva que recuerda a las hierbas aromáticas. Esta presente especialmente en aceites complejos que presentan más matices aromáticos.

Menta-Mentolado: sensación olfactiva que recuerda a la hierba de la menta fresca recién cortada. Es un descriptor relativamente poco común, característico de determinados aceites que, por condiciones medioambientales específicas, producen esta sensación. También es una característica propia de algunas variedades de aceite.

Heno: sensación que recuerda a la hierba seca. Es un descriptor negativo, que denota la sequedad de las aceitunas antes de molerlas. Puede ser debido a condiciones naturales como por ejemplo una sequía prolongada, pero puede ser también debido a una enfermedad o a otro factor que haya provocado la sequedad de la aceituna.

Asimismo, se destaca otro sub-grupo metafórico que recuerda al olor de una flor:

Camomila: sensación olfactiva que recuerda a la flor de camomila.

Flores: sensación olfactiva compleja que recuerda al olor de las flores en general; también denominado *floral*.

También hay metáforas que aluden al olor de los FRUTOS SECOS:

Almendra-Almendrado: sensación olfactiva que recuerda a las almendras frescas, pero puede también recordar a las almendras maduras. Es uno de los descriptores mas importantes del frutado.

Nuez: sensación olfactiva típica de la nuez, pero poco frecuente en aceites.

Piñón: sensación olfactiva que recuerda al olor del piñón fresco. También es un descriptor poco encontrado en el aceite de oliva.

Avellana: sensación olfactiva semejante al olor de la avellana.

Pipas: sensación olfactiva típica de las pipas, y, contrariamente a los demás frutos secos, este atributo es negativo.

Del mismo modo, la asociación entre el olor de la aceituna y el de OTROS VEGETALES juega un papel importante en el léxico de la cata de aceite:

Frutado: sensación olfactiva característica de aceites procedentes de aceitunas frescas y sanas.

Frutado maduro: sensación olfactiva típica de los aceites obtenidos de aceitunas recogidas cuando han alcanzado su plena maduración.

Frutado verde: Sensación olfactiva típica de los aceites obtenidos de aceitunas recogidas antes o durante el *envero*.

Tomate: sensación olfactiva que recuerda al tomate y que es característica de algunas variedades. Pueden ser verdes o maduras.

Tomatera: sensación olfactiva que recuerda a la planta del tomate y no a su fruto.

Pera: sensación olfactiva típica de la pera fresca.

Plátano: sensación olfactiva que recuerda al olor a plátano maduro.

Fresa: sensación olfactiva que recuerda al olor a fresa fresca.

Mango: sensación olfactiva que recuerda al olor a mango.

Piña: sensación olfactiva que recuerda al olor a piña fresca.

Manzana: sensación olfactiva que recuerda al olor a manzanas frescas.

Cítricos: sensación olfactiva que recuerda a los cítricos (limón, naranja, bergamota, mandarina y pomelo).

Frutas del bosque: sensación olfactiva típica de las frutas del bosque: moras, frambuesas, arándanos, y grosellas.

Frutas exóticas: sensación olfactiva que recuerda a los olores propios de las frutas tropicales (piña, plátano, fruta de la pasión, mango, papaya, guayaba, etc.).

La verdura también no ha dejado de poner su huella en este léxico:

Pepino: sabor que produce el aceite de oliva cuando ha estado envasado herméticamente y en contacto con un metal durante mucho tiempo.

Alcachofa: sensación olfactiva que recuerda a la alcachofa.

Pimiento: sensación olfactiva que recuerda al pimiento fresco, rojo o verde.

Lechuga: sensación olfactiva que recuerda a la hoja de la lechuga.

Hinojo: sensación olfactiva que recuerda al hinojo.

Vegetal: sensación olfactiva que recuerda a verdura fresca.

El olor de algunas partes no comestibles de una planta (hojas, cáscaras) también aparece en las metáforas del aceite de oliva:

Hoja de olivo: sensación olfactiva que recuerda al olor de la hoja de olivo fresca.

Hoja de higuera: sensación olfactiva típica de la hoja de higuera.

Eucaliptus: sensación olfactiva típica de la hoja del eucaliptus.

Hojas verdes: sabor cloro-filado excesivamente picante. Lo encontramos en aceite obtenido de aceitunas muy verdes que, en el momento de la molienda, se han mezclado con hojas y tallos.

Cascara de plátano: sensación olfactiva típica de la cascara del plátano.

2.3. El aceite de oliva es un objeto:

En la cata de aceite de oliva, el aceite se representa con frecuencia refiriéndose a un OBJETO O ARTEFACTO, porque posee unas determinadas características.

Criterio	Dominio fuente	Expresión metafórica
Intensidad	Fuego	<i>Apagado, quemado</i>
Utilidad	Artefactos	<i>Lubricante, lampante</i>
Contagio	Materia	<i>Metálico, esparto, borras, madera, madera húmeda, jabonoso, , tierra, atrojado, salmuera, capacho</i>

En algunos casos se trata de metáforas "puras" como en **apagado** (aceite al que le falta aroma y sabor, de escasa personalidad y que ha perdido su *frutado* con el paso del tiempo), pero en otros son más bien metonimias, como en su

falso contrario, **quemado** (sabor característico del aceite producido durante un excesivo calentamiento durante su obtención. Es un defecto que se produce especialmente durante el batido de la pasta de aceituna a altas temperaturas). Hay contigüidad real, pero "calentamiento" no es "quemazón", y la hipérbole ya entra dentro de la metáfora (p. ej. *sonrisa de oreja a oreja*).

Hay FIGURAS MIXTAS ENTRE METONIMIA Y METÁFORA, por ejemplo la referencia a ciertos UTENSILIOS que han de funcionar con aceite (lámparas, motores), la proyección es en principio metonímica, pero resulta que puede referirse simplemente a la mala calidad de un aceite que, en teoría, debía ser para consumo humano, y que se compara con el aceite de iluminación o de lubricación industrial. Por tanto hay contigüidad pero también analogía.

Lubricante: sabor del aceite que recuerda a lubricante de motor, disolvente de pintura, petróleo, etc. Se refiere a un defecto que se origina en la *almazara* y está asociado a aquellas que no se limpian bien entre cada partida de aceite, dejando residuos de materia vegetal y metales, no necesariamente relacionados con lubricantes o disolventes industriales.

Lampante: aceite de mala calidad y no apto para el consumo humano. Cabe mencionar que el aceite antiguamente utilizado para las lámparas era normalmente el de peor calidad, no apto para el consumo humano. Esto puede explicar la utilización de la denominación negativa *lampante* para designar un aceite de oliva de baja categoría, incluso cuando ya no se usan lámparas de aceite.

La amalgama entre metáfora y metonimia, llamada en inglés *metaphtonymy* y definida como *metaphor within metonymy and metonymy within metaphor* (Goossens 1990), ha sido estudiada y aplicada en otros campos por varios especialistas (p.ej., Ruiz de Mendoza & Galera 2011). Dentro de esas "metonimias metafóricas", destaca en el léxico del aceite el esquema semántico del CONTAGIO: el sabor/olor del aceite se describe aludiendo al de una materia que ha estado en contacto físico con él y se lo habría "traspasado" de alguna manera (p.ej., tierra, capachos, trojes, etc.). Pero ese *contagio* puede ser imaginario, y funcionar como mero descriptor analógico de un determinado sabor y/o aroma (tierra, madera, metal, etc.) sin que haya existido realmente un contacto, lo cual es propio de la metáfora.

Tierra: sensación característica del aceite de oliva obtenido de aceitunas recogidas del suelo o con barro y se han procesado sin lavar. A veces, una sensación de Moho contribuye también a este sabor (Aparicio y Harwood, 2003).

Madera: Atributo negativo del aceite de oliva característico de algunos aceites procedentes de aceitunas secas debido a la falta de agua en el campo o alguna enfermedad que deseca el fruto.

Madera Húmeda: Atributo negativo del aceite asociado principalmente a los aceites extraídos de aceitunas heladas bajo las condiciones naturales en zonas frías. Es un proceso durante el cual la aceituna se congela mientras sigue estando en el árbol, y luego se descongela. Normalmente esa aceituna está necrosada.

Borras: sabor de los aceites que han permanecido en contacto prolongado con lodos de decantación. Se asocia a los fondos que se encuentran por debajo del aceite tras almacenarlo con presencia de residuos vegetales y mucha humedad. La metáfora se deriva del sedimento formado en la base de los recipientes que contienen el aceite.

Metálico: sensación olfactiva y gustativa negativa, motivada por compuestos azufrados o una contaminación por contacto con metales. De hecho el sabor recuerda al metal, principalmente debido al contacto prolongado con el mismo. Se encuentra a menudo en las *almazaras* al comienzo de la campaña y especialmente cuando los sistemas de molienda están hechos de hierro (Aparicio & Harwood, 2003).

Esparto: sensación gustativa y olfactiva negativa en el aceite obtenido de aceitunas prensadas en *capachos* de esparto. El sabor de dicho aceite recuerda a la paja mojada, y puede ser diferente si el capacho está fabricado de esparto verde o si lo está con esparto seco. Aunque hoy abundan los capachos de material sintético (más limpios, sólidos y baratos), ello no afecta a la denominación de este sabor.

Capacho: sensación característica del aceite de oliva que ha sido obtenido de aceitunas prensadas en capachos sucios o con residuos de anteriores prensados ya fermentado.

Atrojado: desagradable parámetro de cata, que procede de una aceituna la cual se ha tenido mucho tiempo almacenada en *trojes*, expuesta a varios microorganismos que se desarrollan en ausencia de oxígeno. Estas circunstancias conducen al deterioro de la aceituna con un recalentamiento del apilamiento (Aparicio & Harwood, 2003). Es un defecto que era muy común, pero se encuentra cada vez menos debido al incremento del tamaño de las *almazaras*.

Salmuera: sabor del aceite de oliva que recuerda la aceitunas que han sido conservadas en una solución salina.

Jabonoso: Sabor y olor del aceite de oliva que evoca al jabón. Es un atributo negativo que proviene de una fermentación de la aceituna.

2.4. El aceite es otro alimento

Aunque el aceite de oliva es por sí mismo un alimento, el análisis gustativo produce una representación metafórica del aceite por analogía con otros alimentos.

criterio	Dominio fuente	Expresión metafórica
Acidez	Vino	<i>Avinado, avinagrado</i>
Densidad	Comida	<i>Untoso, papilla,</i>
Olor	Espicias	<i>pimienta verde, vainilla, canela, anís, tomillo, romero</i>

La ACIDEZ es uno de los elementos importantes a la hora de evaluar la calidad de aceite de oliva:

Avinado: sabor de aceite elaborado con aceitunas fermentadas al aire, debido a un mal proceso de almacenamiento de la aceituna. Resulta de la acción de las levaduras que están en grandes cantidades y producen sustancias como el etanol y el ácido acético (Aparicio & Harwood, 2003).

Avinagrado: aceite con acidez volátil muy alta por la acción de las bacterias acéticas, desagradable tanto en nariz como en boca.

Para evaluar la DENSIDAD del aceite interviene una analogía con ciertas COMIDAS:

Untoso: aceite de oliva virgen espeso, pringoso, graso. Utilizado para designar un aceite denso.

Papilla: aceite de oliva que recuerda a la papilla de frutas y galletas. Principalmente describe aceites que recuerdan a las manzanas maduras.

Lo mismo se hace para el OLOR, que remite al de distintas ESPECIAS:

Pimienta verde: evoca la sensación olfactiva de los granos de pimienta verde.

Vainilla: evoca la sensación olfactiva típica de la vainilla seca natural, entera o molida, distinta de la sensación de la vainilla sintética.

Anís: evoca la sensación olfactiva de los granos del anís.

Tomillo: evoca la sensación olfactiva del tomillo seco utilizado en la comida.

Romero: evoca la sensación olfactiva del romero seco y natural.

3. Sinestesia

La sinestesia se podría considerar como un tipo de metáfora, porque proyecta conceptos desde un dominio fuente (como el tacto o la vista) hacia un dominio meta (como el gusto o el olfato), como p.ej. cuando se habla de un sabor *áspero* o *redondo*. Sin embargo, también hay un componente metonímico, ya que los psicólogos, por medio de diversos tests experimentales, concluyen que existen conexiones "reales" entre sensaciones propias de sentidos perceptivos distintos, lo cual podría incluso cuestionar su modularidad¹.

Sea como sea, varios términos de la cata de aceite se basan en la sinestesia:

Dominio fuente	Dominio meta	Expresión metafórica
Tacto	Sabor	<i>Suave, ligero, áspero,</i>
Vista		<i>Plano, redondo, largo, corto, turbio</i>
Oído		<i>Armonía</i>

Suave: aceite de oliva de ligero sabor, de poca amargura y picor. A veces, es una calidad buscada por los consumidores.

Ligero: aceite de oliva con sensación de levedad al tacto. Con poco cuerpo, sabor e intensidad.

Áspero: rudo y astringente que da sensación de dureza, raspa la lengua y se agarra al paladar por exceso de taninos, que lo hacen astringente, duro y ácido.

Plano: aceite que presenta total ausencia de aromas y sabor el cual denota escaso de *cuerpo*, estructura y viveza.

Redondo: aceite muy *equilibrado* y complejo a la vez, con todas sus virtudes destacadas. Los aceites vírgenes extra de cualidad superior deben ser *redondos*.

Largo: persistente, que deja en la boca una sensación agradable y prolongada.

Corto: aceite de oliva de sabor y/o aromas débil y fugaz, breves, que duran poco.

Turbio: aceite con suspensión de impurezas y/o humedad. Los aceites recién extraídos suelen ser turbios hasta su posterior filtración durante la cual se quita el agua y se quedan más transparentes.

Armonía: esta valoración tiene que ver con el *equilibrio* existente entre los aromas y sabores en el aceite de oliva: describe la proporción y correspondencia de unas

¹ https://es.wikipedia.org/wiki/Sinestesia#Subjetividad_y_objetividad

cosas con otras en el conjunto que componen. Metáfora procedente de la música, por tanto del oído². Por un tropo sinestésico similar, se habla de un cuerpo o de un paisaje *armonioso*, porque tiene proporciones iguales en el conjunto, como altura, anchura, profundidad, etc.

4. Conclusiones

Partiendo del análisis llevado a cabo en este artículo, se puede concluir que el aceite de oliva no sólo posee un interés considerable en los ámbitos de la agricultura, la biología y la economía, sino también en el de la lingüística. El análisis detallado del léxico de la cata de aceite de oliva permite observar una gran diversidad de tipos de metáforas, tanto de base experiencial como cultural. La evaluación del aceite de oliva en la cata permite destacar la presencia de al menos cuatro macromodelos metafóricos conceptuales deendiendo de que su dominio fuente sea la persona / otra planta / un objeto u otro alimento.

La mayoría de las metáforas analizadas en este estudio presuponen asociaciones de ideas, que la lengua refleja en expresiones que puedan ser generadas o comprendidas por quienes comparten la experiencia del entorno (el mundo de la almazara) así el simbolismo socio-cultural donde se originan (Jurado, 2003, Pamies Bertrán, 2009, El Ghalayini, 2012).

BIBLIOGRAFÍA

- Barranco D., Fernández-Escobar R. & Rallo L. (2005) *El cultivo del olivo*. 5ª edición. Sevilla / Madrid: Junta de Andalucía & Mundi-Prensa.
- [COI] CONSEJO OLEÍCOLA INTERNACIONAL. (2005) *Método de valoración organoléptica del aceite de oliva virgen extra que opta a una denominación de origen*, COI/T.20/Doc. n° 22 Noviembre de 2005. file:///C:/Users/Mahdi/Downloads/RMDO22-es.pdf Consejo Oleícola Internacional. www.internationaloliveoil.org
- [DRAE] Real Academia Española 2018 *Diccionario de la Lengua Española* (www.rae.es).
- El-Ghalayini, Y. (2011) "Léxico y frasemas figurados del aceite y la aceituna en español", *Language Design*, 13: 105-113.

² Unión y combinación de sonidos simultáneos y diferentes, pero acordes (DRAE 2018, *armonía*, acepción primera).

- El-Ghalayini Y. (2012) *Lenguaje figurado y cultural: botanismos metafóricos en el léxico y la fraseo-paremiología en español y árabe, el olivo*. ISBN.9788490284438. Tesis doctoral, Universidad de Granada.
- El-Ghalayini, Y. & Fendri, M. (2012) "Léxico y frases figurados del aceite y la aceituna en árabe moderno". In Pamies Bertrán, A.; Luque Nadal, L. Pazos Breña, J.M. (eds.). *Multi-lingual phraseology: second language learning and translation applications*. Baltmannsweiler: Schneider.
- [E.O] ESENCIA DE OLIVO (2018) *Glosario Oleícola: cata y degustación del aceite de oliva* <http://www.esenciadeolivo.es/mas-informacion/glosario/glosario-cata/>
- Goosens, L. (1990) "Metaphonymy: The interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action". *Cognitive Linguistics*, 1(3): 323–340.
- Jiménez Herrera, B. & Carpio Dueñas, A. (2002) *La cata de aceites: aceite de oliva virgen, características organolépticas y análisis sensorial*. Sevilla: Junta de Andalucía. Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera, Consejería de Agricultura y Pesca.
- Jurado, A. (2003) *Las voces y refranes del olivo y del aceite*. Madrid: Comunicación Gráficas S.L.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980) *Metaphors We Live By*. Chicago: University Press.
- Luchetti, F. (2013) "Introduction". In: Aparicio-Ruiz, R. & Harwood, J. (eds.) *Handbook of Olive Oil: Analysis and Properties*. 2013. Springer: 1-16.
- Pamies Bertrán, A. (2008) "Productividad fraseológica y competencia metafórica (inter)cultural". *Paremia*, 17: 41-58.
- Pamies Bertrán, A. (2009) "Metáforas libres y metáforas lexicalizadas". In: Luque Toro, L. (ed.): *Léxico español actual II*. Venezia: Ed. Cafoscarina: 229- 238.
- Pamies Bertrán, A. (2010) "Motivación cultural y botanismos gastronómicos". In: Ortiz Álvarez, M. L. & Huelva Unterbaümen, E. (eds.) *Uma [re]visão da teoria e da pesquisa fraseológicas*. Campinas (SP, Brasil): Pontes: 49-68.
- Ruiz de Mendoza Ibáñez, F.J. & Galera Masegosa, A. (2011) "Going beyond metaphonymy: Metaphoric and metonymic complexes in phrasal verb interpretation". *Language Value*, 3: 1-29.
- [USDA] UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE, NATIONAL AGRICULTURAL STATISTICS SERVICE (2018). Washington D.C. www.nass.usda.gov
- Zohary, D. & Hopf, M. (1993). *Domestication of Plants in the Old World: The Origin and Spread of Cultivated Plants in West Africa, Europe, and the Nile Valley*. Clarendon Press, Oxford.