

Artículo [ES]

Estudio contrastivo de las metáforas del sabor dulce en chino y español

Contrastive study of metaphors of sweet taste based in Chinese and Spanish

Yiting Yuan

Maestranda de la Facultad de Lenguas y Culturas Europeas
Universidad de Estudios Extranjeros de Guangdong, Guangzhou, China
Email: yvonneyuanyt@outlook.com; ORCID: 0000-0002-3827-3085

[ES] Resumen: La lingüística cognitiva ha demostrado que la metáfora no es un mero fenómeno lingüístico, sino una piedra angular para fomentar la cognición humana. Entonces, comparar las metáforas entre distintas lenguas servirá para conocer otras culturas y facilitar así la adquisición de competencias lingüísticas en una segunda lengua. Por este motivo, se ha llevado a cabo en este trabajo un análisis contrastivo de las metáforas del sabor “dulce” en chino y español. El artículo introduce en primer lugar la teoría de la Integración Conceptual, proporcionando un modelo general de la integración de la metáfora. A continuación, se examina la etimología de la palabra “tián” en chino y “dulce” en español para delinear el marco que ella evoca en la mente. Más tarde, se buscan en corpus metáforas de este sabor en los dos idiomas y se les compara conforme a la teoría introducida. El análisis revela que la mayoría de las construcciones metafóricas de “dulce” son comunes a las dos lenguas, especialmente en las proyecciones con entradas visual, olfativa, y de la subconciencia. Por otro lado, la palabra “dulce” en las dos lenguas también cuenta con metáforas específicas, principalmente al integrarse con entradas auditiva, emocional y meteorológica.

Palabras clave: sabor dulce, metáfora, integración conceptual

[EN] Abstract: Cognitive linguistics has shown that metaphor is not a mere linguistic phenomenon, but a cornerstone of human cognition. In this case, comparing metaphors between different languages will be of great service to understanding other cultures and thus facilitate second language acquisition. This paper presents a contrastive analysis of metaphors for “sweet” taste in Chinese and Spanish. The article begins by introducing the Conceptual Blending Theory and providing a general model for integrating metaphors. Afterward, the etymology of the word “tián” in Chinese and “dulce” in Spanish is examined to delineate the mental framework they evoke. Later, the paper searches for and compares metaphors for “sweet” taste in the two languages using the aforementioned theory. The analysis reveals that the metaphorical constructions of “sweet” in these two languages have much in common, especially when incorporating visual, olfactory, and subconscious inputs. On the other hand, the word “sweet” in the two languages also has its specific metaphors, mainly when integrated with auditory, emotional, and meteorological inputs.

Keywords: sweet taste, metaphor, conceptual blending

Agradecimiento: La autora agradece a la Dra. Yan He por su apoyo y valioso consejo en relación a este artículo.

Cita: Yiting, Y. (2023). Estudio contrastivo de las metáforas del sabor dulce en chino y español. *Ibero-América Studies*, 5(1), 89-103.

DOI: <https://doi.org/10.55704/ias.v5i1.07>

Editores académicos: Ordóñez Huerta, M. Z., Wangxuan, Z.

Recibido: septiembre 2022. **Aceptado:** noviembre 2022

Copyright: © 2023 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

1. Introducción

El concepto “dulce” se conoce básicamente para definir y caracterizar la experiencia gustativa de la lengua humana. No obstante, con el desarrollo del mecanismo cognitivo, el término se aplica a menudo para describir percepciones fuera del ámbito del gusto, como en las expresiones “dulces sueños”, “mirada dulce”, cuyas construcciones lingüísticas son necesarias de investigar, sobre todo cuando se relacionan con la adquisición del lenguaje por hablantes no nativos.

En realidad, no son tan pocos los que han explorado este campo. Centrándose en “agrio”, “dulce”, “amargo”, “picante”, Li (2011) analizó y comparó el uso de estos cuatro adjetivos en las lenguas inglesa y china. Reveló en el estudio que los mecanismos metafóricos en los dos idiomas tienen una mayor similitud, pero también existen ciertas diferencias. Para dar un ejemplo, aparte de indicar que el alimento tiene más sal de la necesaria, “salado” en inglés (salty) también puede hacer referencia a los comportamientos impropios de personas educadas, y este uso no se encuentra en el mismo término en chino. Zawisławska y Falkowska (2018) llevaron a cabo una comparación de las metáforas con los adjetivos “agrio”, “dulce”, “amargo” y “salado” en polaco e inglés. Los dos académicos sugieren que la cultura debe tenerse muy en cuenta al deconstruir la proyección de sus metáforas. Además, también hay que analizar bien el dominio destino, que es el punto final de la cartografía metafórica. Torres Soler (2020) constató la diversidad que todavía existe entre las trayectorias metafóricas de los sabores en español e inglés. Por ejemplo, el término inglés “sweet” puede usarse para describir un evento agradable, pero en español no hay expresiones similares; “sour” se utiliza a menudo con verbos transitivos de estado como “go” y “turn” en inglés, pero tal combinación es mucho menos frecuente en el habla española. Adicionalmente, Torres Soler también ofreció una serie de actividades didácticas para la enseñanza del lenguaje metafórico de ELE, lo cual destacó una vez más la importancia de la metáfora en la adquisición del lenguaje. Li (2021) analizó las metáforas con “agrio” y “dulce” en chino y español, señalando que el uso de las metáforas no es tan idéntico entre ambos pueblos, por ejemplo, a diferencia del chino, en el español “dulce” se puede modificar las experiencias, refiriéndose a las buenas experiencias y vivencias.

No obstante, los estudios previos se limitan a comparar los mecanismos metafóricos bajo la teoría de la Metáfora Conceptual de Lakoff y Johnson (1980), cuya generalización de las proyecciones no resulta suficiente para describir el fenómeno metafórico (Osorio y Santibáñez, 2020). Aparte de la conciencia básica planteada por Lakoff y Johnson, que ostenta que el sistema cognitivo del ser humano es metafórico, introduciremos también la teoría de la Integración Conceptual para observar detalladamente los mapeos metafóricos de la palabra “dulce” en chino y español. Los corpus que se basarán en este trabajo serán el corpus CCL de la Universidad de Pekín, el corpus CREA del Real Instituto de la Lengua Española y el Sketch Engine, una herramienta de análisis de texto en línea.

2. Teoría de la Integración Conceptual

Si bien la interpretación de la metáfora se remonta al criterio retórico de Aristóteles, la teoría de la Metáfora Conceptual propuesta por Lakoff y Johnson en 1980 ha propiciado un alejamiento de las filosofías tradicionales que optan por conocer mediante conceptos a priori. Esta teoría ha hecho que las funciones cognitivas sean la principal herramienta para la deconstrucción metafórica. A pesar de esto, la metáfora conceptual aún no ha proporcionado una explicación completa del funcionamiento de las proyecciones entre el dominio fuente y el dominio meta. Al mismo tiempo, se han desarrollado varias teorías basadas en la metáfora conceptual, y una de las más influyentes es la teoría de la Integración Conceptual, que se introducirá en este estudio.

Propuesta por Fauconnier y Turner (1996, 1998, 2002), la teoría de la integración conceptual afirma que el fenómeno de la metáfora es, de hecho, una integración conceptual a través de los espacios mentales. El concepto clave de “espacios mentales”, introducido por Fauconnier (1985), se refiere a los pequeños paquetes conceptuales construidos mientras pensamos y hablamos, con propósitos de comprensión local y la consecuente acción (Fauconnier y Turner, 2002: 40). Es decir, son construcciones mentales que abarcan una variedad de elementos y relaciones, y que equivalen a contenedores mentales temporales para almacenar información relevante en la estructura lingüística. Sobre esta base, la Integración Conceptual ha desarrollado la teoría de la Metáfora Conceptual, construyendo una red psico-espacial más elaborada:

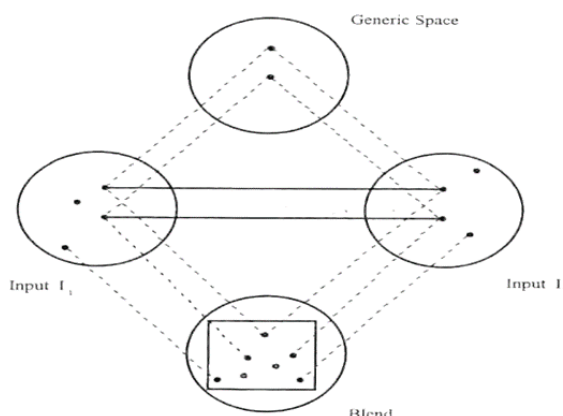


Figura 1. Esquema de la Integración Conceptual

Fuente: Fauconnier y Turner, 2002:46

El modelo contiene dos espacios de entrada ($input\ I_1$ e $input\ I_2$), un espacio genérico (*generic space*) y un espacio amalgamado (*blend*). Para desarrollar tal modelo, se requiere la existencia de una proyección (aunque parcial) de los dos espacios de entrada, cuyos elementos comunes se proyectarán en el espacio genérico, reflejando así la estructura compartida por los dos espacios. La ruta de proyección hacia el genérico es bidireccional, ya que los componentes cubiertos por dicho espacio también pueden lograr regresar a los dos espacios mentales de entrada. Al mismo tiempo, se fusionan los elementos propios de los dos espacios de entrada en el espacio amalgamado, donde pueden heredar su idiosincrasia y construir nuevas estructuras mediante la integración. Todo el proceso implica tres operaciones mentales: composición (*composition*), complementación (*completion*) y elaboración (*elaboration*). Entre ellos, la composición significa que cada espacio de entrada aporta sus elementos seleccionados a la amalgama; la complementación se refiere a que los nuevos elementos de entrada, las estructuras, etc. encajan al entrar con los antecedentes y los conocimientos conceptuales ya existentes en nuestra memoria a largo plazo; y por último la elaboración implica el procesamiento de una estructura única que se basa en los contenidos heredados y emergentes en las operaciones anteriores.

En comparación con la proyección unidireccional que se encuentra en el modelo propuesto por la Metáfora Conceptual, la Integración Conceptual ha introducido múltiples espacios mentales, enfatizando la integración dinámica de las representaciones lingüísticas de los hablantes. Así, son mucho más las posibilidades de construcción y deconstrucción de las palabras. Como muestra, en el ejemplo clásico “el cirujano es un matarife”, los dos espacios de entrada son “el cirujano” y “el matarife” respectivamente. Y el empleo del cirujano y del carnicero ha sido uno de los elementos seleccionados a la amalgama a través de la composición. Luego, los elementos se han emparejado con nuestro conocimiento sobre la tarea del cirujano de salvar vidas y del matarife de matar el ganado. Finalmente, con la elaboración en la amalgama, el nuevo significado semántico de “la habilidad del cirujano es muy pobre” se ha desarrollado. Innegablemente, la teoría de la Metáfora Conceptual también podría utilizarse como marco teórico en este caso, pero no se puede garantizar que su interpretación sea precisa debido a que los conceptos “cirujano” y “matarife” son conceptos concretos con relativamente poca abstracción. Además, la proyección unidireccional del dominio de origen “matarife” al dominio de destino “cirujano” podrá conducir a la interpretación de “los cirujanos son muy hábiles en la cirugía”, ya que los matarifes son hábiles en su propio trabajo. Obviamente, esta interpretación está lejos del significado original de la frase de ejemplo.

Sobre el tipo de integración conceptual, las redes conceptualmente integradas pueden dividirse en cuatro tipos de redes: la red simple (*simple red*), la red espejo (*mirror network*), la red de un solo alcance (*single-scope network*) y la red de doble alcance (*double-scope network*), de las cuales la red simple es la más básica, ya que sólo requiere un espacio de entrada para proporcionar los elementos seleccionados y otro para el marco referencial. La red espejo, en cambio, es más compleja y requiere más participación de los cuatro espacios mentales. En esta red, los espacios de entrada comparten la misma estructura interna y pueden proyectarse entre sí, así como a los espacios genérico y amalgamado. Por otro lado, en la red de alcance único, los dos espacios de entrada pertenecen a marcos distintos, y los elementos seleccionados suelen proyectarse en el espacio de integración para su modelización mental, disolviéndose un marco espacial y utilizándose únicamente el otro marco organizador para representar el acontecimiento. En general, la integración de las metáforas básicas pertenece a la red de alcance único (Su y Zhang, 2001). Mientras tanto, la de doble alcance es justo lo contrario de la tercera red, es decir, las dos entradas pertenecientes a estructuras diferentes entran al mismo tiempo en

el espacio de integración y después de la operación todavía quedan dos estructuras diferentes, sin tratar de la disolución completa de los marcos o estructuras.

3. Etimología del sabor “dulce” en chino y español

Según lo indicado por el diccionario chino Hanyu Da Cidian (en adelante HDC), “甜(tián)” (dulce) en chino antiguo también se escribe como “𩚑” o “𩚒”, y su primera entrada semántica refiere al sabor como la dulzura o la miel. Además, en consonancia a los ejemplos del diccionario, la palabra puede haber aparecido por primera vez en el Período de las Primaveras y Otoños, cuando los *Dichos de la Familia de Confucio – Zhisí*¹ contaban que “el rey de Chu cruzó el río para conseguir un fruto de pimpinela, que es grande como un cubo, rojo como el sol, cortado y comido dulce como la miel”². El registro más antiguo de la palabra “tián” que se puede rastrear en el corpus CCL de la Universidad de Pekín se encuentra en la dinastía Han, por ejemplo, en el *Shudu Fu*³ de la dinastía Han Oriental se lee “dulzura y armonía”⁴, y en el *Sutras budistas*⁵ también se presenta “como comer miel, por todos los lados son dulces, y también lo son mis Sutras”⁶. En la actualidad, el diccionario HDC ha definido el término “tián” con un total de siete accesos y de estos, “como el sabor del azúcar y la miel” es el primero, lo cual se puede considerar como el significado básico de la palabra.

Por otra parte, de acuerdo con el Diccionario de la Lengua Española (DLE en adelante)⁷, el adjetivo español “dulce” deriva del latín “dulcis”, que pertenece a la familia lingüística indo-europea y que significa “lo que es agradable”, igual que el “svādús” en el sánscrito o el “ἡδύς” en el griego. Además, con la ayuda del NTLLE⁸, una base de datos de diccionarios creada por la RAE, encontramos que la palabra “dulce” apareció por primera vez en 1495 en el diccionario de Nebrija, compilado por el lingüista español Nebrija, con dos entradas, cada una de las cuales denota “cosa dulcis e mellítus” (algo dulce, como la miel) y “cosa un poco dulciculus” (algo un poco dulce). En 1780, la RAE publicó el Diccionario Usual, lo cual contenía seis accesos de la palabra “dulce”. Entre los siglos XVIII y XX, el diccionario iba siendo revisado y el significado de “dulce” se enriqueció mucho, por ejemplo, en la última edición del Diccionario Usual (1992) que se podría inquirir en el NTLLE ya se presentaron 13 acepciones de “dulce”. Por el momento, el DLE abarca un total de 11 definiciones de “dulce”, entre ellas seis de la clase adjetiva, cuatro de la sustantiva y una de la adverbial. Asimismo, el significado básico (que ocupa la primera entrada) de la palabra es similar al del chino, siendo “dar una sensación suave y agradable al paladar, como la que produce la miel, el azúcar”.

Al haber examinado la etimología y el significado de la palabra “dulce” en chino y español, podemos constatar que la etimología varía entre las dos hablas, pero el significado básico de la palabra es relativamente similar. Ambos se refieren a la experiencia del buen sabor que causa el azúcar, la miel, etc., al paladar, lo cual pone de manifiesto la universalidad de la experiencia cognitiva humana. Por lo tanto, el marco del concepto “dulce” en los dos idiomas se podrá ilustrar como la siguiente figura:

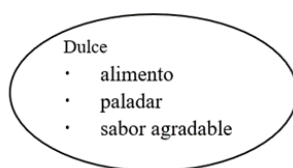


Figura 2. Espacio mental de “dulce”

Fuente: Elaboración propia

Es decir, cuando hablamos del concepto “dulce”, se evocará en el espacio mental un marco de tres roles: alimento, paladar y sabor agradable. Y aprovechando el funcionamiento de la integración, el concepto “dulce” puede proyectar su marco a otros espacios mentales para formar una red y generar una estructura nueva.

¹ En chino: 《孔子家语·致思》(Kongzi jiayu-Zhisí).

² En chino: 楚王渡江得萍实, 大如斗, 赤如日, 剖而食之甜如蜜 (Chuwang dujiang de pingshi, da ru dou, chi ru ri, pou er shizhi tian ru mi).

³ En chino: 《蜀都赋》(Shudu fu).

⁴ En chino: 甘甜之和 (Gantian zhi he).

⁵ En chino: 《佛经》(Fo Jing).

⁶ En chino: 譬如食蜜, 中边皆甜, 吾经亦尔 (Biru shi mi, zhong bian jie tian, wu Jing yi er).

⁷ Véase: <https://dle.rae.es/dulce> (consultado el 1 de agosto de 2022).

⁸ Nuevo Tesoro lexicográfico de la lengua española: <https://apps.rae.es/ntlle/> (consultado el 1 de agosto de 2022).

4. Integración conceptual de las metáforas con el sabor “dulce” en chino y español

Siendo parte de la percepción humana, el gusto está estrechamente vinculado a otras percepciones básicas como el olfato, el tacto o el oído. Asimismo, la proyección de sus características perceptivas entre sí, es decir, la metáfora sinestésica, es un fenómeno metafórico más fundamental entre los cinco sentidos. Por este motivo, se dividen en este trabajo los espacios mentales destino de la palabra “dulce” en espacios sensoriales y no sensoriales.

4.1 Espacios sensoriales

4.1.1 Espacio visual: la sonrisa/mirada es dulce

- shuōdào zhè lǐ, Zhōu Xùn liǎnshàng guàzhe xìngfú tiánmì de wēixiào
[Hablando de esto, Zhou Xun tuvo una dulce sonrisa en su rostro.]
- báishā kuǎnkuǎn, yú wēixiào zhōng qiānqǐ nǐ de shǒu, tiánmì mùguāng, yú jīnshì suǒdìng nǐ xīng zhōng
[Tomaré tu mano en un velo blanco, sonriendo, y en tu corazón se quedará mi mirada dulce por todo el siglo.]
- Él respondió con su acostumbrada dulce sonrisa y le dio un beso en la frente.
- Le dedica una dulce mirada.

Como se puede ver en los ejemplos, el concepto “dulce” es capaz de proyectarse desde el ámbito gustativo a la visual, tanto en chino como en español, indicando el placer y el disfrute que se derivan de la sonrisa. La red de integración de tal “dulce sonrisa” se percibe como la figura abajo:

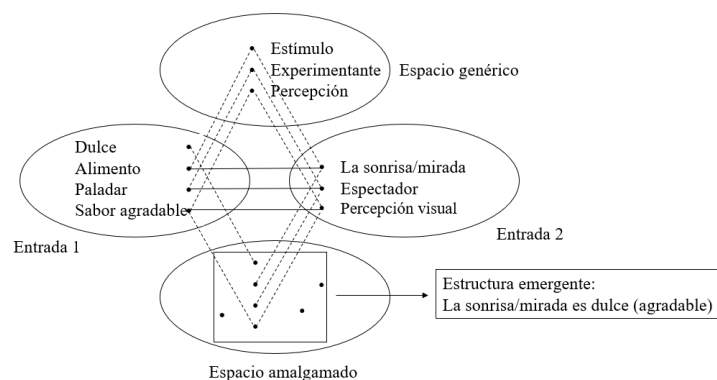


Figura 3. La sonrisa/mirada es dulce

Fuente: Elaboración propia

En esta red nos encontramos en primer lugar con dos entradas, una es una estructura parcial de la experiencia gustativa, del adjetivo *dulce*, y la otra es también una disposición parcial de la experiencia visual, del sustantivo *sonrisa* o *mirada*. Entre las dos entradas, existe una proyección que conecta el alimento, el paladar y el sabor agradable de un espacio mental con la sonrisa, el espectador y la percepción visual del otro espacio. Por otra parte, un espacio genérico se vincula con cada una de las dos entradas y así consigue contener lo que tienen en común: un estímulo, un experimentante y una percepción con ciertas características. Al mismo tiempo, las estructuras seleccionadas de los dos espacios de entrada se proyectan en el espacio amalgamado, por ejemplo, a diferencia del “alimento”, el seleccionado “dulce” de la primera entrada se extiende en el espacio de integración, y el “sabor agradable” se fusiona con el elemento “percepción visual” de la segunda entrada, produciendo así una estructura emergente: la sonrisa/mirada es dulce (agradable). De este modo, una sonrisa o una mirada es “dulce” en el sentido de que transmite el buen humor de la persona que realiza la acción de sonreír y mirar, y uno siendo el espectador no puede evitar sentirse afectado por ella. Además, un rostro sencillo y discreto con una sonrisa/mirada brillante siempre anula la cautela de una relación, resaltando el efecto visual de “dulzura”.

4.1.2 Espacio auditivo: las palabras/voces son dulces

- tā shuōguò shénme tè tiánmì de huà ma

[Ha dicho algo particularmente dulce?]

- b. wēnwǎn de shēngyīn, ràng rén chǎnshēng xìn rèngǎn; tiánměi de shēngyīn, ràng rén lè yú qīngtīng

[Una voz suave puede inspirar confianza; una voz dulce hará que la gente se alegre de escuchar.]

- c. Sus voces son dulces, naturales y siempre cantan afinadísimas.

- d. Hay palabras que son más dulces que la miel, decía el salmista.

La palabra “dulce” en los dos idiomas también se permite integrar con componentes del ámbito auditivo, indicando que las palabras, las voces, las canciones, etc. son agradables. De hecho, las palabras (a, d) y las voces (b, c) son elementos relacionados con el oído, y necesitan ser “escuchados” por los oyentes. Su integración con la entrada de “dulce” sería:

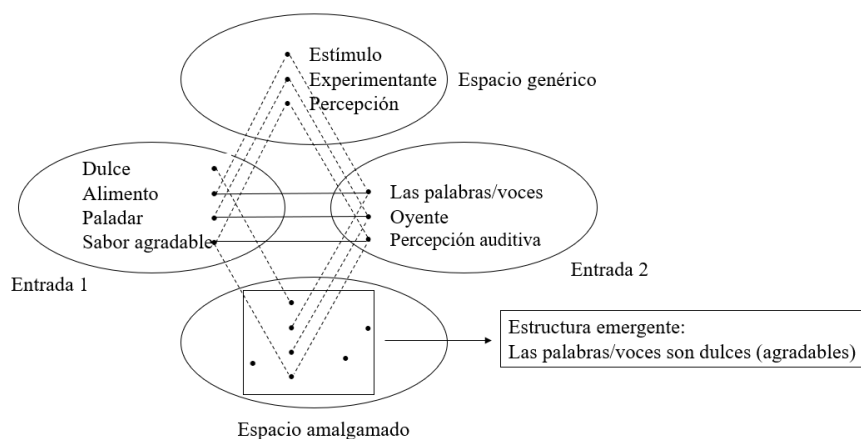


Figura 3. Las palabras/voces son dulces

Fuente: Elaboración propia

Se nota que en la Entrada 2, la cual ha sido evocada por conceptos de “palabras/voces”, el oyente y la percepción auditiva son componentes imprescindibles, y conectan con el “paladar” y el “sabor agradable” de la entrada 1 siendo un experimentante y una percepción en una noción más genérica. Sin duda, tal conexión proporcionará una posibilidad para la integración de las dos entradas. Pues en el espacio amalgamado, junto con el rol “sabor agradable”, que es el más importante, el marco de “dulce” se proyecta en la amalgama, y mientras tanto los elementos escogidos de la entrada 2 heredan espontáneamente los roles no seleccionados de la primera entrada como el “alimento” y el “paladar”. De esta manera, la estructura emergente “las palabras/voces son dulces” ha sido construida, lo cual indica que es agradable poder “saborear” las “palabras” además de ser escuchadas. Asimismo, en las dos lenguas se utiliza a menudo la palabra “miel” junto con el vocablo “dulce” para indicar que una palabra, una canción, una voz, etc. es tan dulce como o más dulce que la miel. En chino, las palabras “dulce” y “miel” también pueden formar el modismo “tiányán-mìyǔ” (palabras dulces y melosas), que se refiere literalmente a palabras agradables, pero conlleva normalmente una connotación despectiva. Es decir, equivale a palabras inconsistentes, o palabras destinadas a engañar y crear falsas expectativas. En este caso, roles como “desagradable (por ser demasiado dulce)” han surgido en el espacio mental de “dulce” y se han integrado en la amalgama, generando así sobre el dicho un matiz peyorativo. Mientras que, en español, el mismo concepto se expresa generalmente con palabras solo relacionadas con la “miel”, como el adjetivo “meloso” en la expresión “palabras melosas”.

4.1.3 Espacio olfativo: el olor es dulce

- a. wèishénme yǒude qìwèi wénqǐlái jiùshì tián de

[¿Por qué algunos olores son dulces?]

- b. zhèkuǎn xiāngshuǐ de qiándiào búshì hěn tián, érshì tián zhōng dài yǒu xiánwèi

[Las notas de salida de esta fragancia no son tan dulces, sino contienen un toque salado.]

- c. Hay hierbas de dulces olores en la estación de trenes.

- d. ¿Buscas un perfume que sea dulce y sensual?

El espacio mental de olor sigue siendo uno de los espacios mentales para la integración metafórica del concepto “dulce”, y se mapea igualmente en los dos idiomas. De hecho, el olor, como una sustancia invisible e intangible, se percibe principalmente por el sentido del olfato y puede dividirse a grandes rasgos en dos tipos de sensaciones: agradables e insoportables. La palabra “dulce”, que se construye a lo largo del espectro gustativo, concreta el olor refiriéndose a los olores agradables como los de los ejemplos ya mencionados arriba. Asimismo, el perfume, que abarca una amplia gama de aromas volátiles, es un área de destino común para la construcción metafórica de “dulce” y “tián”, especialmente cuando conlleva aromas parecidos al azúcar o a la miel. El proceso de la integración de la metáfora “el olor es dulce” sería:

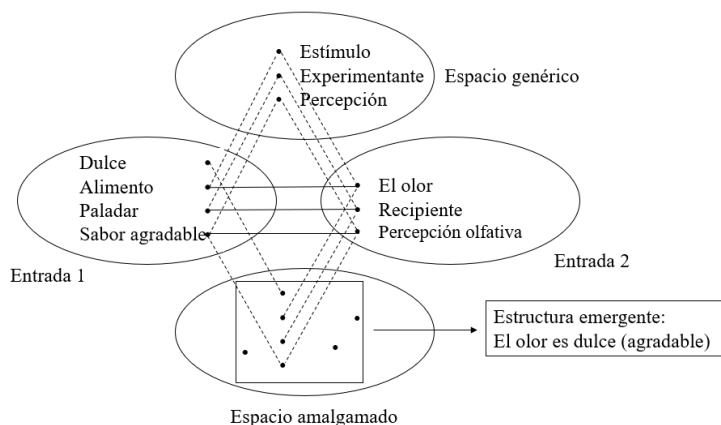


Figura 4. El olor es dulce
Fuente: Elaboración propia

De las dos entradas, la de “dulce” es un marco por defecto que no ha percibido ningún cambio hasta ahora, mientras la segunda se compone en este caso por estos tres elementos: el olor, el recipiente y la percepción olfativa. Estos elementos comparten un espacio genérico común con los roles del “dulce”. Y con la ayuda de la composición, las relaciones que originalmente no existen en los dos espacios separados se vuelven disponibles en la amalgama. Es decir, el recipiente también puede ser un experimentante como el paladar en las circunstancias apropiadas, y puede recibir un estímulo olfativo para obtener una sensación “dulce”. Por otra parte, La complementación nos permite comprender la integración reclutando el marco cognitivo y cultural de la noción “dulce”. Por último, a través de la elaboración, “el olor es dulce” se entiende como “el olor es agradable”. De añadidura, la expresión integrada “dulce olor” (“tián wèi”), tanto en chino y en español, es bastante común. En chino también se suele reduplicar el adjetivo “tián” para determinar el sustantivo de olor, como en la expresión “tiántián de qìwèi” (dulce olor), lo cual no autorizaría la gramática española.

4.1.4 Espacio táctil: el toque es dulce

- zhǐyào Miǎrlìdè zhǔdòng gěi tā yíge tiánwěn, tā jiù táoránruòzùi
[En cuanto Mildred le ofreció un dulce beso, se embriagó.]
- zhè hǎobǐ zuì tiánmì de wěn, shǐ rén mízui hé
[Es como el beso más dulce, le intoxica a la gente.]
- Sin embargo, los besos son dulces y son muestras de cariño también.
- La miró por unos instantes y se fundió en un dulce beso.

El término “beso” se refiere a la acción de tocar los labios sobre una superficie plana como la piel, y es un término encontrado en el espacio táctil, que será capaz de albergar elementos como el toque, el recipiente y la percepción en su espacio mental. Con base en estos tres elementos y aprovechando el espacio “beso”, donde también cuenta con el estímulo, el experimentante y la percepción general de una materia física o anímica, el espacio genérico captura precisamente información común de los dos espacios y termina en reclutar sus propios elementos. Paso seguido, con una proyección selectiva, se ven en el espacio amalgamado los elementos “dulce”, “sabor agradable”, “toque”, “recipiente” y “percepción táctil”, cuyas fusiones, junto con el conocimiento ya almacenado en nuestra mente, generan por fin una nueva estructura: el toque es dulce. De todo el proceso de la combinación, surge la red de la integración de sus espacios mentales:

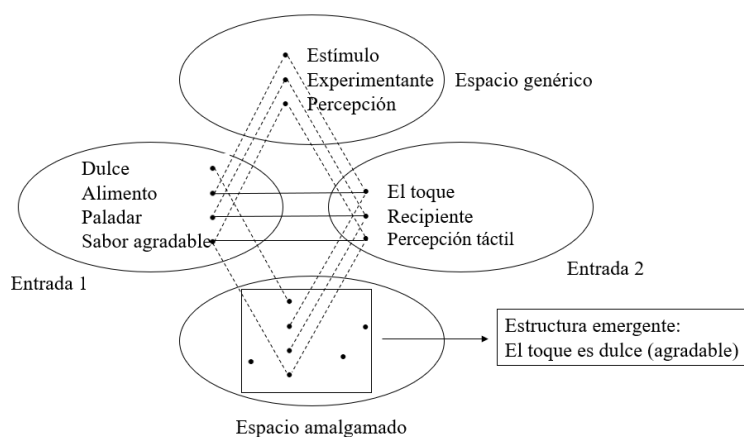


Figura 5. El toque es dulce

Fuente: Elaboración propia

En consecuencia, el “toque” se entiende como un espacio metafórico construido junto con “dulce”, denotando la placentera sensación de un beso. Como señalan los ejemplos, un beso es dulce y es una expresión de afecto. Y el amor que se transmite a través de un “beso” es naturalmente aún más dulce y hermoso. No obstante, la asignación metafórica de “dulce” en el ámbito táctil es menos frecuente que en otros espacios mentales, y se asocia principalmente a órganos corporales como la boca y los labios, especialmente cuando el concepto “dulce” se encarna en el vocablo chino “tián”. Es decir, si comparamos el chino y el español, “tián” se encuentra con una proyección más limitada, generalmente se combina solo con el sustantivo “wěn” en el espacio táctil para describir un contacto labial. Mientras tanto, en el español “dulce” se discierne un rasgo más flexible cuando se combina con otros términos. Por ejemplo, puede utilizarse junto con el sustantivo “toque”, que es justamente la palabra del dominio táctil más evidente:

- e. Este diseño le dará un dulce toque a la habitación de tus hijos.
- f. Un regalo perfecto, un dulce toque de lujo para tus fiestas o un capricho para ti.

La adición o sustracción de cambios de diseño puede ser “dulce”, añadiendo una sensación de calidez a una habitación (e); el regalo puede ser “dulce”, puesto que da una atmósfera placentera y acogedora a una fiesta (f). En los dos ejemplos, el “toque” no se refiere necesariamente a un contacto físico y directo, sino más bien un aditamento que se hace en una obra para perfeccionarla.

4.2 Espacios no sensoriales

4.2.1 Espacio emocional: el amor/recuerdo es dulce

- a. nàduàn rìzǐ, chénglè wǒ nǎohǎi lǐ bùkě mómiè de tiánmì jìyì
[Esos días se convirtieron en un dulce recuerdo imborrable en mi mente.]
- b. tiánmì de àiqíng lìng Lìliǎnní yuánběn xūruò de shēngtǐ hěnkuaì dédào kāngfù
[El dulce amor hizo que Liliane, que se sentía débil, se recuperara rápidamente.]
- c. ¿Disfruta leyendo refranes de dulce amor romántico, no?
- d. Tengo un dulce recuerdo de Budapest en 2015...

También es posible mantener una relación integral entre la palabra “dulce”, tanto en chino como en español, con espacios emocionales, indicando la dulzura del amor, del recuerdo, etc. Pues los recuerdos inolvidables y entrañables podrán ser dulces, tanto si se refieren a un momento del día, a un viaje increíble o a una persona inolvidable; mientras el amor podrá ser igual cálido o romántico, y provoca sentimientos supuestamente dulces y agradables. Se nota bastante la integración conceptual entre los espacios mentales:

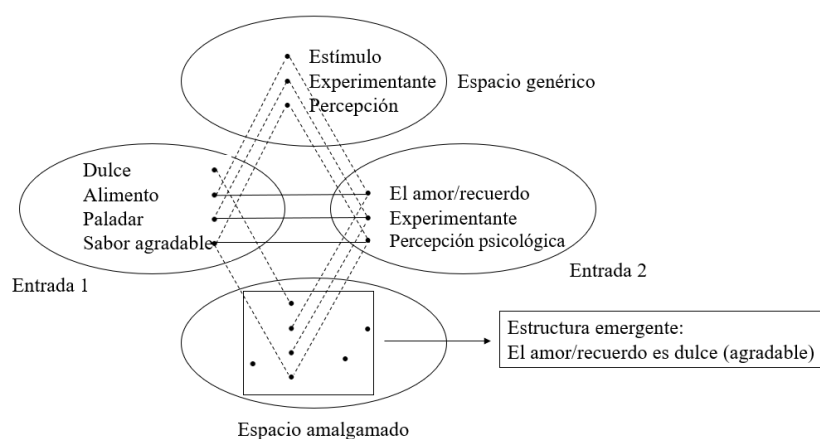


Figura 6. El amor/recuerdo es dulce

Fuente: Elaboración propia

En este caso, la segunda entrada en la red ha sido el amor o el recuerdo, que son sentimientos psicológicos, y que ambos permiten desencadenar elementos como el experimentante y la percepción psicológica. En otras palabras, el individuo, además de poseer la subjetividad de despedir una valorización sentimental y personal, también es un paciente que recibe simultáneamente la influencia de un amor o un recuerdo. Así, se produce entre la entrada 1 y la entrada 2 un espacio genérico que está compuesto por estímulos, experimentantes y percepciones. En tanto, los roles y elementos seleccionados para la proyección al espacio amalgamado son el “dulce”, el “sabor agradable” de la entrada 1, y el “amor/recuerdo”, el “experimentante”, la “percepción psicológica” de la segunda entrada. Se fusionan entre sí y se integran con nuestra conciencia preexistente, generando así la supuesta cláusula: el amor/recuerdo es dulce. Por añadidura, igual que el amor y el recuerdo, los afectos como “pensamientos” o “estados de ánimo” también puede integrarse con el vocablo “dulce” en los dos idiomas, por ejemplo, “tiántián de sīniàn” (dulces añoranzas) en chino, y “dulces pensamientos” en español.

Pero es de notar que, en el español, el “dulce”, que generalmente se asocia a emociones positivas, también permite que el concepto relativamente negativo de “venganza” sea una segunda entrada, e integrarse con ella para denotar la sensación excitante que se deriva de actos como la represalia. Cuando se lleva a cabo la venganza, se liberan los agravios y rencores enterrados desde hace tiempo, y se establecen con éxito los mecanismos de autoprotección, lo cual da a la gente una sensación de satisfacción a nivel de poder. A diferencia del español, no existe tal construcción metafórica en chino, y aunque existen registros de la expresión “dulce venganza” (tiánmì de fùchóu) en el corpus, todos son traducciones literales de nombres de películas extranjeras, no frases chinas originales.

4.2.2 Espacio del carácter: el carácter/la personalidad es dulce

- xìnggē néng bǎ nǐ tiándào fāhōu de xīngzuò yǒu nǎxiē
[¿Cuáles son los signos del zodiaco cuya personalidad es demasiada dulce?]
- ai, nǐ kě zhēnshì shǎbáitián, rénjiā shuō nǐ jiù xìn
[¿Eres tan simple que te crees lo que dice la gente?]
- Gracias por tu amor, por tu dulce carácter, por tu bondad.
- Su dulce personalidad encanta a cualquiera.

Conceptos como la personalidad y el carácter son también entradas habituales para el mapeo metafórico del “dulce”. Es decir, tanto en chino como en español, “dulce” puede utilizarse para modificar el carácter, indicando una buena cualidad que constituye a cada persona y la distingue de otra:

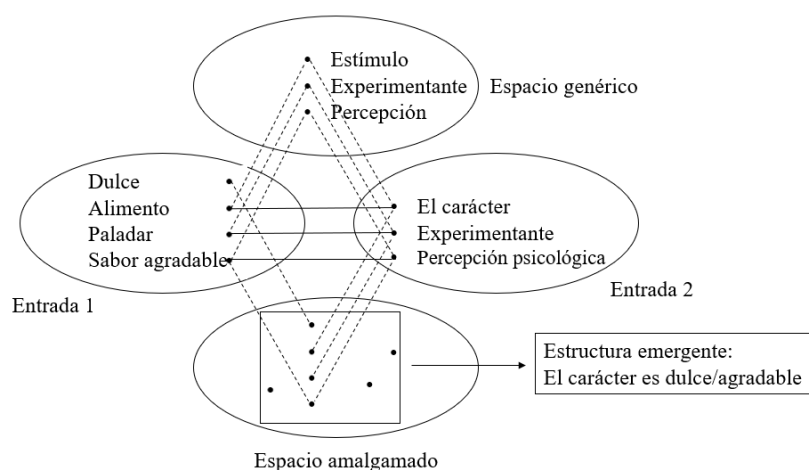


Figura 7. El carácter es dulce

Fuente: Elaboración propia

Cuando el carácter o la personalidad se hace a sí mismo una entrada, podrán surgir muchos temas, como todos los adjetivos para calificar las marcas con que se distingue uno del otro, o las experiencias que uno tiene con personas de diferentes personalidades, entre otros. Precisamente, es en las experiencias donde se esconden los experimentantes y las percepciones psicológicas, cuyas propiedades de "experimentante" y "percepción" se conectarán con el "paladar" y el "sabor agradable" en el espacio genérico. Al construir el espacio común, ha surgido entre tanto la integración en línea de las dos entradas. No todos los elementos o roles de los dos espacios en esta red han sido seleccionados para elaborar la estructura emergente "el carácter es dulce/agradable", solo el marco básico del término "dulce" y los tres elementos del concepto "carácter".

Cabe señalar que, aunque "dulce" puede utilizarse en chino para describir un carácter positivo representando su aspecto suave y encantador, como en los ejemplos de arriba 4.2.1a, generalmente se dice con menos frecuencia que en español. Además, tal uso es relativamente nuevo, a saber, en el corpus chino de Sketch Engine (Chinese Simplified Web Sample, 2017), el resultado de búsqueda de la expresión "dulce" más "personalidad" es cero, mientras que en el corpus español (Spanish Web, 2018) de la misma base de datos, las expresiones "dulce personalidad" y "dulce carácter" tienen un total de 55 y 85 entradas respectivamente. Cuando la palabra china "tián" se integra con la personalidad, también se observa un matiz peyorativo, especialmente al combinarse con las palabras "shǎ" (tonto) y "bái" (blanco) para formar el concepto integral "shǎbáitián", lo cual suele describir a un individuo que es demasiado ingenuo o demasiado estúpido. En el ejemplo 4.2.1b, hemos recurrido a la frase "rénjiā shuō nǐ jiù xìn" (crees lo que dice la gente) para concretar el rasgo peyorativo del habla, mientras que no llegamos a encontrar un uso similar de "dulce" en español.

4.2.3 Espacio de la subconciencia: el sueño es dulce

- wǒ huáizhe xīnwèi, jìnrùle tiánměi de mèngxiāng
[Entré en un dulce sueño con alivio.]
- tāmen de hūnhòu shēnghuó rúttóng "tiánměi de mèng sǎkāile qīngshā de wǎng"
[Su vida conyugal fue como un "dulce sueño que extiende una red de gasa".]
- Sí sé que os deseo dulces sueños y que os llevo allá donde voy.
- La tranquilidad y el buen gusto serán fundamentales para que tengáis unos dulces sueños.

El "tián" y "dulce" también comparte integraciones con el espacio de sueño, implicando las fantasías confortables que tiene un ser humano cuando duerme. De acuerdo con Freud (1997), la esencia de los sueños es la expresión tortuosa de los deseos subconscientes. Es decir, se trata de una realización disfrazada y simbólica de los deseos subconscientes reprimidos. Algunas veces los deseos disfrazados en los sueños nos pueden asustar, otras veces nos pueden traer una experiencia artificial pero satisfactoria, y tal sensación es justamente lo que quiere transmitir el enunciado "el sueño es dulce". Su red de integración sería:

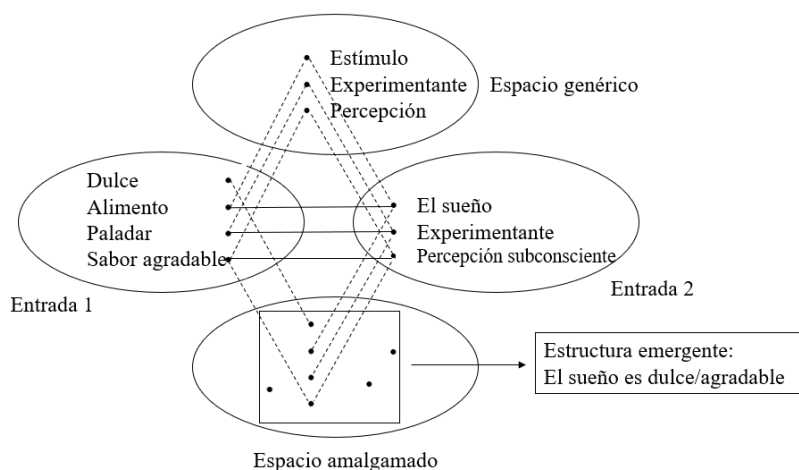


Figura 7. El sueño es dulce

Fuente: Elaboración propia

El que sueña y el que experimenta un sueño es el mismo individuo, entonces en el marco de “sueño” nos podemos encontrar con el elemento “experimentante”. Al mismo tiempo, la percepción subconsciente es una actividad mental no consciente que ha ocurrido en el curso de la vida humana. Es un proceso de actividad mental que sí se ha desarrollado pero que todavía no ha alcanzado un estado de conciencia. Junto con la conciencia, la subconciencia ha constituido la cognición humana. Y el sueño es un portal para entrar en la subconciencia, mostrando todos nuestros deseos ocultos, da igual que sean morales e inmorales. Por lo tanto, la percepción subconsciente también ha sido incluida en el marco de “sueño”. Siendo respectivamente un estímulo, un experimentante y una percepción, los tres elementos en este marco coinciden con los roles “alimento”, “paladar”, “sabor” del marco de “dulce” y se encuentran todos en el espacio genérico. Mientras en el espacio amalgamado, excepto los roles primitivos “sabor” y “paladar”, los restantes roles y elementos de las dos entradas han sido elegidos para la integración. Después de la fusión entre estos elementos y otros complementos preexistentes en nuestra mente, se ha finalizado la elaboración de la frase “el sueño es dulce”, la cual alude al placer del que hemos disfrutado cuando soñamos. No obstante, hace falta mencionar que, en muchos casos, “dulces sueños” en los dos idiomas no se refiere necesariamente a que tengas buenos y agradables sueños, sino más bien una manera amable de desearle a una persona que quieres que él o ella pueda descansar bien y tener algún alivio de las preocupaciones.

4.2.4 Espacio meteorológico: el clima es dulce

- ...y que los visitantes pueden disfrutar plenamente gracias al dulce clima que suele tener Valencia.
- Soñar con el sol. El viaje alucinante a otros mundos. A otros paraísos de dulce clima.
- Canten, toquen, alégrese en el Señor: llenen la casa de un dulce clima de fiesta.
- Valencia ejemplifica, ciertamente, el dulce clima que ha convertido en mito las costas mediterráneas españolas.

El “dulce” en español cuenta con un uso bastante peculiar, que se trata de unirse a espacios climáticos para denotar un tiempo o clima agradable y reconfortante. El clima de Valencia es “dulce”, cálido y agradable para los viajeros (4.2.4a, 4.2.4d). Y el paraíso es como un espacio habitado por dioses, con un ambiente acogedor y confortable, que corresponde perfectamente con los rasgos de un clima “dulce” (4.2.4b). También un buen ambiente en la fiesta sería un dulce clima, destacando así las circunstancias o condiciones que caracterizan un lugar. La red básica de integración de los espacios se justifica en la siguiente figura:

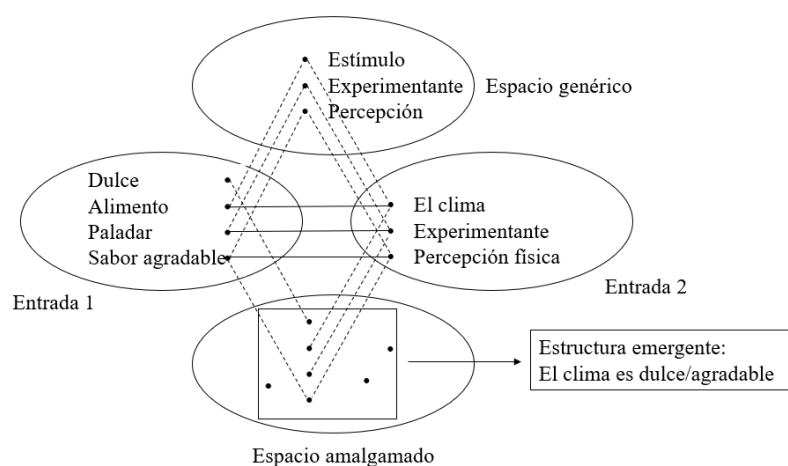


Figura 8. El clima es dulce

Fuente: Elaboración propia

La entrada 2 en esta red han sido el clima y los elementos que él puede evocar en la mente. Cuando hablamos del clima, solemos relacionarnos en primer lugar con la permanente o temporal situación atmosférica de una zona, y con los aspectos como las temperaturas o la precipitación para determinar un concreto tipo de clima. Aun así, en el espacio mental de clima también está incluido el individuo de la zona que experimenta tal medio ambiente. Entonces, el experimentante y la percepción física de la entrada de clima se han podido combinar con los roles de la primera entrada. Sus puntos comunes se reflejan exactamente en el espacio genérico. Paralelamente, la integración se ha producido cuando el “dulce”, “sabor agradable”, “clima”, “experimentante” y la “percepción física” han sido elegidos para la operación en el espacio amalgamado. De esta manera, la elaboración de la amalgama y la interacción con nuestras memorias y conciencias a largo plazo han desarrollado la denominación “el clima es dulce/agradable”. Mientras tanto, en chino, “dulce” no suele construirse metafóricamente con el espacio mental climático, puesto que ni en el corpus CCL ni en el Sketch Engine hemos podido encontrar frases como “tián de tiānqì” (dulce clima). También hemos probado con la expresión “tiánmì de tiānqì” (clima que es dulce como la miel), añadiendo la palabra “mì” (miel), cuya combinación con el vocablo “tián” es muy común en chino, pero tampoco ha salido ningún resultado. La colocación “tián de kōngqì” (dulce aire) sí existe en chino, sin embargo, no es un uso muy frecuente.

5. Análisis de las diferencias metafóricas del sabor “dulce” en chino y español

De las descripciones y clasificaciones metafóricas anteriores se desprende que existen muchas integraciones comunes entre el chino y el español, especialmente cuando las entradas 2 se tratan de espacios sensoriales y mental-emocionales, que están estrechamente relacionados con la experiencia física del ser humano. Y este nexo ha confirmado por su parte la interacción universal entre la metáfora y la experiencia corpórea. Aun así, cabe señalar que los espacios con que se integra el “dulce” son más que el “tián”. Además, entre las dos hablas todavía existen sutiles diferencias en los espacios compartidos auditivo, táctil, emocional y los de carácter. Para dar un ejemplo, cuando la palabra china “tián” se integra con el espacio auditivo, puede derivar formulaciones con matices peyorativos como “tiányán-mìyǔ”, que se identifica con la expresión española “palabras melosas”, cuya amalgama solo incluye el espacio auditivo y el espacio del adjetivo “meloso”. Otro ejemplo es la integración del “tián” con espacios del carácter. Durante el proceso de integración del dicho “shǎbáitián”, el “tián” ha evocado roles como “sensación desagradable” en su marco, en vez del “sabor agradable”, elemento más relacionado con el término. Por otra parte, la palabra española “dulce” también tiene sus integraciones especiales con diferentes espacios mentales. Por ejemplo, al integrarse con el espacio emocional, se puede combinar con entradas como “venganza” para denotar la estimulante y placentera emoción del castigo contraatacado que aplica al otro. Más aún, cuenta con un uso especialmente único cuando se combina metafóricamente con el espacio “clima” para denotar la calidez y lo agradable de una condición atmosférica. Estos matices distintos en los dos idiomas se deberían a muchos factores, pero lo más importante sería la diferencia que existe en la experiencia corpórea de los distintos hablantes.

De acuerdo con Lakoff y Johnson (1999), la metáfora cognitiva se fundamenta filosóficamente en la experiencia corpórea, y los diversos conceptos derivan todos de la interacción entre las circunstancias vividas por una persona y la

base objetiva de la realidad. Mientras con el desarrollo de teorías cognitivas como la de la Integración Conceptual, la naturaleza experiencial de la inteligencia, la naturaleza inconsciente de la cognición y la naturaleza metafórica del pensamiento se han argumentado de una forma más completa. Como señala Sun (2013: 86), que los sentimientos subjetivos están interconectados con las propiedades materiales y forman parte del pensamiento metafórico humano, por lo que la cognición “debe estudiarse a la luz de la interacción dinámica entre el ser humano y el entorno”. Por esta razón, al analizar las causas sobre las diferencias metafóricas recurrimos en primer lugar a la experiencia con alimentos relacionados con el calificador “dulce” y el grado de utilización de los mismos en los distintos países.

En China, el azúcar de caña, alimento que está directamente asociado con la percepción del dulzor, se producía en grandes cantidades durante la dinastía Ming y se distribuía como mercancía a granel durante la dinastía Qing, pero sus fuentes primarias de producción y distribución seguían concentrándose principalmente en la provincia de Guangdong, vinculando estrechamente con su entorno económico (Liu, 2009). Además, la situación geográfica del sur también ofrecía buenas condiciones climáticas para la producción de cultivos de azúcar, lo que hacía que el azúcar fuera más accesible en el sur. Por estas razones, actualmente se da en China el fenómeno cultural de “lo dulce en el sur y lo salado en el norte”, es decir, la cultura de la comida dulce se concentra principalmente en las zonas costeras del sur, mientras que lo “dulce” aún no se ha convertido en la corriente principal de la dieta en las regiones del norte y del interior. En consecuencia, se puede deducir que el público de “dulce” en China es relativamente limitado.

En comparación con China, el azúcar de caña fue introducido a España en 1845 y la industria azucarera española se había modernizado en el siglo XIX (Portela García, 2017). De hecho, el abastecimiento de azúcar en el país ibérico a principios del siglo XIX se producía a lo largo del suministro de azúcar de caña proveniente de las colonias (Portela García, 2017), cuya plantación de caña de azúcar resultó en gran medida de la llegada de Colón al Nuevo Mundo. Hoy en día, la mayoría de los países de habla hispana disfruta de los alimentos dulces haciéndolos formar parte de su dieta diaria; por ejemplo, en España los postres suelen tomarse después de la comida. Además, según el sitio web Estadista⁹, el 49% de la población española consume regularmente alimentos dulces como el chocolate, seguida de Argentina, Chile y México, con un 47%, 44% y 39% respectivamente, mientras que China sólo cuenta con un 30% de sus habitantes que se alimentan habitualmente de dulces. Así, la gran frecuencia de los productos dulces en estos países hispanohablantes favorece que el adjetivo español “dulce” se integre con más espacios mentales, reflejando el impacto de la experiencia por la lengua en la boca. Aparte de esta justificación general, también hacen falta examinaciones específicas de cada integración especial. Se presentarán algunas a continuación.

5.1 Shǎbáitián

Integrado por las palabras “shǎ” (tonto), “bái” (blanco), “tián” (dulce), el dicho “shǎbáitián” fue una de las expresiones más populares en la red china en 2015 y ha sido una perfecta ilustración de la integración conceptual como término recién acuñado en Internet. Sobre su origen, la afirmación más extendida es que provino del drama romántico urbano *Shan Shan Lai Le* y se refirió al principio a una historia de amor ingenuo y dulce. A lo largo del tiempo, también hace referencia al carácter de la protagonista heroína de este tipo de amor, cuya naturaleza es sencilla e incluso un poco tonta en un mal sentido. Además, su origen ha reflejado, en cierta medida, las características del drama chino. Aunque se han percibido algunos cambios, las películas y los dramas chinos todavía tienden a retratar a las mujeres con personalidades simples y poco mundanas para satisfacer las exigencias y fantasías sobre las mujeres en una sociedad patriarcal. Con esta circunstancia, la derivación despectiva del dicho “shǎbáitián” había sido una rebelión contra estas ilusiones, mientras el mundo hispano no lo comparte del mismo modo.

5.2 Dulce clima

Como se ha visto en los ejemplos metafóricos anteriores, el calificativo “dulce” en español puede montar proyecciones con espacios meteorológicos, integrándose entre sí para expresar la idea de “tiempo agradable”. Creemos que esta especial integración está relacionada definitivamente con las condiciones geográficas y climáticas de los países hispanohablantes. Por ejemplo, España está situada en la Península Ibérica, en el suroeste de Europa, donde generalmente hay más luz por la relativamente baja latitud. Su clima mediterráneo, característico de la región costera del sur, también permite que el país disfrute de un tiempo soleado, con veranos calurosos, inviernos más suaves y generalmente agradables, lo cual no se trata de un rasgo idéntico en la mayoría de las zonas de China.

⁹ Véase: Mónica Mena Roa. Los países más dulces. 04-01-2021. En: bit.ly/3SMmO6x.

5.3 Tiányán-mìyǔ

Esta expresión sí tiene una traducción bastante similar en el español, que es el dicho “palabras melosas”, aunque sin el espacio mental explícito de “dulce”. Consideramos que este fenómeno se debe principalmente a las características idiomáticas del chino. Desde la antigüedad, el *Chengyu*, expresión de cuatro caracteres con un significado particular, se usa a menudo por los hablantes, tanto en el lenguaje escrito como en el oral. Los cuatro caracteres en el *Chengyu* siempre comparten algunos rasgos entre sí. Por ejemplo, en la formulación “tiányán-mìyǔ”, “tián” (dulce) y “mì” (miel), ambos pueden evocar el espacio de “sabor agradable”, así mismo, “yán” y “yǔ” también significan ambos “palabras”. No obstante, en el español no hay una combinación sintáctica similar. Se dice generalmente “palabras dulces” o “palabras melosas”, no “palabras dulces y melosas”. Por esta razón, el “tiányán-mìyǔ” ha sido una integración bastante peculiar para representar los discursos insistentes y siempre engañosos en el contexto chino.

En suma, las diferencias metafóricas entre los dos idiomas se deben principalmente a las distintas experiencias corpóreas y las situaciones especiales de cada integración. Asimismo, estas diferencias se conectan, en gran medida, con la historia, la cultura y otros muchos aspectos de cada país.

6. Conclusión

Con el desarrollo de la lingüística cognitiva, el estudio de las metáforas ha atraído cada vez más la atención. Un estudio comparativo de la metáfora chino-española será necesario para comprender el patrón de las metáforas chino-españolas y las diferencias culturales que hay detrás, sobre todo cuando la metáfora es un componente importante en el proceso de la adquisición del español por parte de los sinohablantes.

Centrándose en el adjetivo español “dulce” y su contraparte equivalente “tián” en chino, este artículo ha introducido la teoría de la Integración Conceptual para deconstruir las metáforas que el concepto de “dulce” ha integrado junto con otros términos denominados como “espacios mentales” de acuerdo con la teoría. Los corpus para el estudio contrastivo han sido el CCL de la Universidad de Pekín, el CREA de la RAE, y la base lingüística de datos Sketch Engine.

Nuestro análisis preliminar ha revelado que las construcciones metafóricas de “dulce” en las dos lenguas tienen mucho en común, especialmente cuando se han efectuado proyecciones con entradas visuales, olfativa y subconscientes. Por otra parte, el “tián” y el “dulce” en chino y español respectivamente también cuentan con sus metáforas específicas, principalmente cuando se integran con inputs auditivos, emocionales y meteorológicos. Por ejemplo, aparte de su única y especial integración con el espacio de clima para describir el agradable tiempo, el vocablo español “dulce” también dispone de un significado estructural más rico al integrarse con los espacios del tacto y de la emoción, que son ambos compartidos con la palabra china “tián”. Mientras tanto, el “tián” en chino puede formular igualmente rasgos menos coherentes con su propia estructura cuando se integra con el espacio auditivo y el del carácter, como “tiányán-dmìyǔ” y “shǎbáitián”, que son enunciados con connotaciones bastante peyorativas. Por último, hemos hecho un breve análisis para conocer un poco las causas que han contribuido a las diferencias metafóricas entre los dos idiomas. Creemos que las variaciones se deben principalmente a la distinta experiencia corpórea con los alimentos vinculados al calificador “dulce” y también a otros factores como la situación específica de cada integración conceptual.

Bibliografía

- (Fauconnier 1985) Fauconnier, G. (1985). *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language*. Cambridge: MIT Press.
- (Fauconnier y Turner 1996) Fauconnier, G. & Turner, M. 1996. “Blending as a Central Process of Grammar” in *Conceptual Structure, Discourse, and Language*. Edited by Adele Goldberg. Stanford: Center for the Study of Language and Information (CSLI) [distributed by Cambridge University Press]. Pages 113-129.
- (Fauconnier y Turner 1998) Fauconnier, G., & Turner, M. (1998). Conceptual Integration Networks. *Cognitive Science*, 22, 133-187.
- (Fauconnier y Turner 2002) Fauconnier, G., & Turner, M. (2002). *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books.
- (Freud 1997) Freud, S. (1997). *The interpretation of dreams* (A. A. Brill, Trans.). Wordsworth Editions.
- (Lakoff y Johnson 1999) Lakoff, G., & Johnson, M. (1999). *Philosophy in the Flesh: the Embodied Mind y its Challenge to Western Thought*. New York: Basic Books.
- (Lakoff y Johnson 1980) Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- (Li 2021) Li, Q. M. (2021). Estudio comparativo de la sinestesia de las palabras gustativas chinas y españolas. *Revista del Instituto de Educación y Administración de Liaoning*. (en chino).

- (Li 2011) Li, Y. (2011). Análisis comparativo de las palabras de sabor inglesas y chinas desde la perspectiva de la teoría de la metáfora conceptual. *Revista de la Universidad de Mudanjiang*, (06):66-68. (en chino).
- (Liu 2009) Liu, D. (2009). Investigación sobre la historia del azúcar en la antigua China. Master's dissertation. Northwest A y F University, Shaanxi. (en chino).
- (Osorio y Santibáñez 2020) Osorio, J., & Santibáñez, C. (2020). El debate en la teoría contemporánea de la metáfora conceptual: una evaluación del rol del cuerpo y la cultura material. *Atenea*, 25, 59-77.
- (Portela García 2017) Portela García, B. (2017). La industria azucarera en España en el siglo XIX. Estudio del caso de la colonia Santa Isabel de Córdoba.
- (Su y Zhang 2001) Su, X., & Zhang, A. (2001). El poder cognitivo de la teoría de la integración conceptual. *Lenguas extranjeras (Revista de la Universidad de Estudios Internacionales de Shanghai)* (03),31-36. (en chino).
- (Sun 2013) Sun, Y. (2013). *Un estudio multidimensional de la metáfora cognitiva*. Pekín: Prensa de la Universidad de Pekín. (en chino)
- (Torres Soler 2020) Torres Soler, J. (2020). *La diversidad del lenguaje metafórico: un estudio picante de las metáforas de los sabores en español e inglés y su aplicación a la enseñanza de ELE*. Master's dissertation. Universidad de Alicante, Alicante.
- (Zawisławska y Falkowska 2018) Zawisławska, M. A., & Falkowska, M. H. (2018). "All my sour-sweet days I will lament and love"—a comparative analysis of metaphors with the basic taste adjectives in Polish and English. *Cognitive Studies*,18.