

Los estereotipos de la alimentación en la novela *La vegetariana* (2007) de Han Kang

Food Stereotypes
in Han Kang's novel *The Vegetarian* (2007)

ANASTASIA CARISIO

Universidad Complutense de Madrid

anacaris@ucm.es

<https://orcid.org/0000-0002-6381-3071>

Resumen: Este artículo explora el papel de los estereotipos en la lingüística cultural a través del análisis de la novela *La vegetariana* de Han Kang. Se parte de un marco teórico que vincula los estereotipos (Bartmiński, 2009) con el *cultural mindset* 'la mentalidad cultural' (Underhill, 2009), y se analiza un corpus de enunciados dirigidos a la protagonista, quien adopta una dieta vegetariana. Estos estereotipos reflejan una mentalidad cultural antivegetariana profundamente arraigada en el lenguaje. El estudio demuestra cómo la literatura puede funcionar como reflejo de los discursos sociales y como herramienta válida para investigar conceptualizaciones culturales.

Palabras clave: Estereotipo, lingüística cultural, mentalidad cultural, alimentación.

Abstract: This article explores the role of stereotypes in cultural linguistics through the analysis of Han Kang's novel *The Vegetarian*. It adopts a theoretical framework that links stereotypes (Bartmiński, 2009) to the concept of *cultural mindset* (Underhill, 2009) and analyses a corpus of stereotypical statements directed at the protagonist, who adopts a vegetarian diet. These stereotypes reflect an anti-vegetarian cultural mindset deeply rooted in language. The study demonstrates how literature can serve both as a reflection of social discourses and as a valid tool for investigating cultural conceptualizations.

Palabras clave: Stereotype, Cultural Linguistics, Cultural Mindset, Food.

I. Introducción

La lingüística cultural a nivel internacional ha experimentado un desarrollo activo en los últimos diez años. No obstante, sus raíces teóricas se remontan a las obras de Wilhelm von Humboldt (1991 (1836)), Franz Boas (1911), Edward Sapir (1929) y Benjamin Lee Whorf (1971).

Teniendo una base teórica tan sólida, ¿por qué hablamos solo de una actividad intensa en la última década? La respuesta es sencilla: durante los últimos setenta y cinco años hemos sido testigos de una sucesión de paradigmas lingüísticos.

Por ejemplo, la **Figura 1** ilustra estos cambios de paradigma. Si nos centramos en el llamado *mainstream* de finales del siglo xx y principios del siglo xxi, observamos una transición desde un paradigma aislado hacia uno antropocéntrico. Por «paradigma aislado» entendemos la primera generación de lingüística cognitiva —representada, entre otros, por los trabajos de Noam Chomsky—, mientras que el paradigma antropocéntrico corresponde a la segunda generación de lingüística cognitiva, con autores como George Lakoff, Mark Johnson, etc.



Figura 1. Elaboración propia

¿Cómo se produce el paso del paradigma antropocéntrico al sociocultural? Todo ello se debe al denominado *the social turn ‘giro social’*, formulado en los trabajos de Peter Harder:

What I call ‘the social turn’ can be understood as a new operation of the same kind: language-and-conceptualization needs to be set in the wider context of ‘meaning-in-society’ [...] In classic CL, the central form of grounding is bodily grounding (cf. Johnson 1992). This dimension retains its crucial role, but in a social cognitive linguistics, grounding also includes the anchoring of meaning in feedback from the environment, outside the individual’s body (Harder 2010: 3-4).

En la lingüística cognitiva clásica, representada por George Lakoff y Mark Johnson, el individuo se concibe como un tipo antropológico universal, lo que supone el rechazo de un análisis detallado del contexto sociocultural.

Esta perspectiva se basa en una fundamentación somática del lenguaje y de los procesos cognitivos, expresada en el concepto de *corporeización (embodiment)*. La corporeización se refiere a la integración entre entorno y cognición a través del cuerpo.

Además de estas consideraciones generales, cabe destacar dos desarrollos teóricos de gran relevancia. Por un lado, la evolución particular de la teoría de los prototipos de Eleanor Rosch (1973, 1975, 1978) y de los Modelos Cognitivos Idealizados (MCI) propuestos por Lakoff (1987). Por otro lado, el desarrollo de la *Conceptual Metaphor Theory* (CMT) ‘la teoría de la metáfora conceptual’ desde la década de 1980, principalmente en los trabajos de Lakoff y Johnson.

Roslyn Frank (2016) en una de su ponencia subraya la «insensibilidad» de la Lingüística Cognitiva clásica hacia los fenómenos socioculturales:

CMT treats everything that does not belong to sensorimotor experience as metaphorical and relies primarily on generic cognitive characteristics of human beings, making it insensitive to the crucial role of the historical socio-cultural situatedness of language and hence the role of cultural conceptualizations.

Volviendo a la **Figura 1**, donde se ilustran los paradigmas lingüísticos, vemos que, tras el paso del paradigma aislado al antropocéntrico, una parte de la comunidad científica comienza a considerar al ser humano como un ser sociocultural. Es entonces cuando se empieza a hablar del paradigma sociocultural y, en particular, de la lingüística cultural.

Surge una pregunta fundamental: ¿cuándo se vuelve cultural la lingüística cognitiva? Esta misma cuestión da título al artículo de Gary Palmer, antropólogo y lingüista de la Universidad de Nevada, Las Vegas, publicado en 2006.

La propuesta de lingüística cultural de Palmer se inscribe dentro de la tradición de la lingüística antropológica, pero se apoya fuertemente en los planteamientos de la lingüística cognitiva. Esta última representa una síntesis entre varios enfoques: la «lingüística boasiana», que parte de la premisa de que las lenguas clasifican la experiencia de manera diversa; la etnosemántica (o etnociencia), centrada en los sistemas de clasificación popular; y la etnografía de la comunicación, que estudia modos de comunicación culturalmente diversos en sus contextos sociales. Además de esta tradición antropológica, la lingüística cultural se articula también con la antropología cognitiva de Naomi Quinn y Dorothy Holland (1987), especialmente a través del uso de modelos culturales.

En este marco, la cognición se concibe como parte integral del proceso sociocultural. Así lo explica Gary Palmer:

In my view, culture and cognition are not separate entities, just two views on the process whereby people with minds, which are embedded in physical bodies situated in social and physical environments, communicate, learn, think, and pursue social goals. Similarly, Edwin Hutchins (1996: 354) proposed an integrated view of human cognition, «in which a major component of culture is a cognitive process... and cognition is a cultural process» (Palmer 2006: 14).

Esta perspectiva sostiene que la cognición no se limita a los procesos que ocurren dentro del cerebro individual, sino que también abarca aquellos que se desarrollan en la interacción entre varias personas en contextos sociales.

Además de Gary Palmer, la lingüística cultural la asociamos a dos figuras clave: Farzad Sharifian (2016, 2017), lingüista australiano de origen iraní, y Jerzy Bartmiński (2009), lingüista polaco y fundador de la escuela etnolinguística de Lublin. Esta última se vincula particularmente con el desarrollo de la teoría de los estereotipos en el marco de la imagen lingüística del mundo.

Este artículo se centra, en primer lugar, en el estudio de los estereotipos como objeto de investigación dentro de la lingüística cultural, a partir de datos lingüísticos extraídos de la novela *La vegetariana*, traducida del coreano al español, de Han Kang, autora galardonada con el Premio Nobel de Literatura en 2024. El objetivo principal es analizar cómo los estereotipos contribuyen a reconstruir la denominada *cultural mindset* ‘mentalidad cultural’ de un grupo determinado. En este caso, se examinan los argumentos estereotípicos empleados por los personajes para justificar por qué una persona debería comer carne, lo que permite reconstruir la mentalidad cultural propia de un grupo con posicionamiento antivegetariano.

2. Estado de la cuestión

2.1. *El estereotipo*

Las clasificaciones de los estereotipos varían según el campo de investigación, abarcando enfoques filosóficos, sociológicos, psicológicos y lingüísticos. En el ámbito de la lingüística, primero nos centramos en la interpretación sociológica del estereotipo, tal como ha sido formulada por Walter

Lippmann (2003 (1922)). Esta perspectiva fue desarrollada posteriormente por autores como Hilary Putnam (1975), en el marco de su teoría del significado, y Adam Schaff (1984), quien concibe el estereotipo como una construcción tanto cognitiva como pragmática. Asimismo, Uta Quasthoff (1978, 1989) se refiere al estereotipo en términos de «estereotipo social». Un énfasis particular se encuentra en la teoría de Jerzy Bartmiński (2009), centrada en la relación entre estereotipo y signo lingüístico, así como en su relevancia para la lingüística cultural.

Jerzy Bartmiński, fundador de la Escuela Etnolingüística de Lublin, reconoce la importante contribución de Uta Quasthoff en el desarrollo de un programa de investigación lingüística sobre los estereotipos:

Quasthoff's work contributes to the creation of a programme of linguistic research on stereotypes, by posing questions about the relationship between stereotype and basic linguistic categories, as well as its manifestations in sentences and texts (Bartmiński 2009: 57).

En su artículo «The Uses of Stereotype in Everyday Argument» (1978), Quasthoff amplía su definición de estereotipo sociológico. En lugar de desvincular el concepto de sus orígenes psicosociales, refina su definición lingüística como una construcción semántica vinculada a la psicología social: «we can define a stereotype as the verbal expression of a belief [...] this belief is characterized by a high degree of collective sharedness among a speech community or subgroup of a speech community» (Quasthoff, 1978: 6). Según la autora, estos estereotipos reflejan el conocimiento compartido de un grupo y se relacionan estrechamente con clichés, eslóganes, proverbios y otras expresiones idiomáticas. Quasthoff destaca, además, el paso del estereotipo desde la psicología social hacia el centro de atención de la investigación lingüística. Así, desde la perspectiva lingüística, el estereotipo se considera un elemento de la expresión, mientras que desde el punto de vista sociológico se entiende como una convicción humana profundamente arraigada.

Una aportación decisiva al desarrollo teórico del estereotipo proviene del filósofo y lógico estadounidense Hilary Putnam. A diferencia de Schaff (1984) o Quasthoff (1978), Putnam vincula el estereotipo directamente al significado de las palabras. En lugar de asociar un objeto a un significado de manera directa, propone utilizar una descripción en forma normal, es decir, una secuencia finita o «vector» compuesta por los siguientes elementos:

1. the syntactic markers that apply to the word, e.g., «noun»;
2. the semantic markers that apply to the word, e.g., «animal», «period of time»;
3. a description of the additional features of the stereotype, if any;
4. a description of the extension (Putnam, 1975: 190).

Los componentes de este vector, a excepción de la extensión, constituyen una hipótesis sobre la competencia lingüística del hablante. Por ejemplo, para el término *agua*, un hablante corriente reconocerá los siguientes rasgos: nombre incontable, concreto; clase natural, líquido; incoloro, insípido, inodoro, transparente, sacia la sed, etc. El conocimiento de su fórmula química (H_2O), la extensión, no es necesario.

Putnam (1975: 169) también observa que, en el lenguaje común, un estereotipo suele describir convencionalmente cómo es o actúa una cosa, aunque dicha descripción pueda ser inexacta: «in ordinary parlance a ‘stereotype’ is a conventional (frequently malicious) idea (which may be wildly inaccurate) of what an X looks like or acts like or is». En su teoría, este tipo de ideas convencionales, aunque no necesariamente malintencionadas, constituyen el núcleo del significado de palabras:

I am not concerned with malicious stereotypes (save where the language itself is malicious); but I am concerned with conventional ideas, which may be inaccurate. I am suggesting that just such a conventional idea is associated with «tiger», with «gold», etc., and, moreover, that this is the sole element of truth in the «concept» theory (Putnam 1975: 169).

Asimismo, Putnam (1975: 144) introduce la hipótesis sociolingüística de *division of linguistic labor* ‘la división del trabajo lingüístico’, según la cual una comunidad lingüística se divide en expertos y no expertos. Los no expertos se comunican a partir de conocimientos mínimos, condicionados por el contexto sociocultural. Los expertos, en cambio, poseen criterios especializados para identificar propiedades concretas, como la composición química de un material o la clasificación de una especie vegetal. Mientras los expertos pueden reconocer el oro por su peso atómico o fórmula química, el hablante común se basa en criterios más generales. Esta competencia mínima constituye un criterio fundamental para la identificación y referencia de objetos en el discurso. Putnam señala que el nivel mínimo de competencia varía en función de la cultura y del objeto en cuestión. Por ejemplo, en el contexto de

habla inglesa: «English speakers are required by their linguistic community to be able to tell tigers from leopards; they are not required to be able to tell elm trees from beech trees» (Putnam, 1975: 168).

Esta distinción entre conocimiento general y experto permite trazar una línea entre el saber común y el especializado. En esta línea, Bartmiński se apropió de la noción de *forma normal* de Putnam para definir el estereotipo como parte integrante del significado de una palabra. El estereotipo incluye atributos connotativos, evaluativos y definitorios que permiten categorizar el objeto (Carisio, 2024).

La teoría de Bartmiński subraya el papel central del hablante en la construcción de los estereotipos, redefiniéndolos como un conjunto de datos culturalmente compartidos sobre un objeto, que permiten reconstruir su imagen lingüístico-cultural:

[A stereotype is] kind of collection of trivial bits of information about an object, accompanied by the establishment of the place of the object's name in the lexical system of the language, gives an extensive characteristic of the subject, involves it in an extensive network of relationships, reconstructs its socially entrenched linguo-cultural picture (Bartmiński 2009: 31).

De esta forma, el estereotipo se considera un mecanismo general de organización del conocimiento sobre entidades (objetos, actos, relaciones), siendo, por tanto, ante todo un fenómeno cognitivo. Se concibe como un conjunto mínimo de conocimientos culturalmente determinados, sin perder de vista la heterogeneidad de las comunidades lingüísticas, tal como lo plantea Putnam.

Si comparamos el paradigma antropocéntrico y sociocultural en lo que respecta a la metáfora, la Escuela Etnolingüística de Lublin la concibe como una actividad conceptual fundamentada en una imagen convencional del mundo, una perspectiva más tradicional que la propuesta por la Teoría de la Metáfora Conceptual (Carisio, 2020). Por lo general, la metáfora sirve para confirmar y reforzar la existencia de un estereotipo.

Finalmente, conviene destacar que el estereotipo, según Bartmiński, se diferencia radicalmente del prototipo. Desde una perspectiva cognitiva, el estereotipo se caracteriza por su naturaleza eminentemente cultural y supraindividual, mientras que el prototipo tiende a reflejar representaciones universales.

2.2. Estereotipo

y prototipo

El prototipo es una noción de carácter psicológico, desarrollada por Eleanor Rosch (1973, 1975, 1978), mientras que el estereotipo, según Dirk Geeraerts (2008: 26), se concibe como una entidad social. No obstante, cabe señalar que existe una diferencia importante entre el estereotipo propuesto por Hilary Putnam y el denominado estereotipo social: el primero se deriva de la epistemología filosófica, mientras que el segundo se enmarca en la psicología social.

Aunque ambos conceptos, prototipo y estereotipo, están relacionados con la representación del conocimiento, presentan diferencias fundamentales en cuanto a su naturaleza y nivel de generalización (Carisio, 2020: 225):

- El prototipo posee un estatus individual. Sin embargo, surge una cuestión clave: ¿se trata de una estructura compartida por todos los hablantes de una lengua? ¿Y hasta qué punto lo es?
- Los estereotipos, por su parte, son supraindividuales, aunque pueden integrarse cognitivamente en los individuos, tal como ocurre en el *habitus* propuesto por Pierre Bourdieu. También se manifiestan mediante la actividad de la cognición sinérgica, según explica Enrique Bernárdez en su obra *El lenguaje como cultura* (Bernárdez, 2008a, 2008b).
- La forma en que se distribuyen los estereotipos y el conocimiento se puede entender con ayuda de la teoría de la división del trabajo lingüístico (Putnam, 1975; Geeraerts, 2008).

2.3. La imagen lingüística del mundo

En conclusión, los estereotipos, según la propuesta de Jerzy Bartmiński, constituyen una combinación estable de rasgos semánticos y formales que forman parte de la imagen lingüística del mundo (ILM) (Bernárdez y Carisio, 2025). Entre sus principales características se encuentra la articulación entre los atributos descriptivos de un objeto y el sistema de valores del hablante. Esto determina la naturaleza subjetiva de la llamada *imagen ingenua del mundo* (Apresjan, 1995), en la que el conocimiento objetivo es transformado

mediante un proceso de reinterpretación filtrado por un punto de vista determinado, que a su vez se apoya en un sistema de normas y valoraciones.

Los estereotipos funcionan como *building blocks* ‘bloques de construcción’ de la imagen lingüística del mundo. Es importante destacar que la ILM se diferencia de los conceptos de *Weltanschauung* ‘cosmovisión’ y *Weltansicht* ‘imagen del mundo’ desarrollados por Wilhelm von Humboldt, si bien se inscribe dentro de la misma tradición de pensamiento (Bernárdez y Carisio, 2025: 78). Por ejemplo, Underhill (2009) distingue entre *Weltansicht*, entendida como la construcción conceptual del mundo, «un patrón que nos permite pensar de manera conceptual y sofisticada» (Bernárdez y Carisio, 2025: 79), y *Weltanschauung*, concebida como el conjunto de perspectivas sobre los conceptos, moldeadas por intereses sociales y culturales.

La ILM parte del supuesto de que el lenguaje codifica un conocimiento del mundo socialmente establecido, que puede reconstruirse y expresarse verbalmente como un conjunto de juicios sobre personas, objetos y acontecimientos. Este conocimiento no es neutro, sino que se deriva de una percepción y conceptualización subjetiva de la realidad. De hecho, este conocimiento puede presentarse de forma organizada mediante perfiles (Zinken, 2004). Los distintos perfiles de un objeto no constituyen significados diferentes, sino diversas maneras de organizarlo dentro del marco de su significado principal. Bartmiński (2009: 89) define el perfil como una “subjective (i.e. performed by the speaking subject) linguo-conceptual operation, which consists in shaping the picture of the object”.

Por ello, la ILM es subjetiva, antropocéntrica e intersubjetiva (social), y se encuentra estrechamente vinculada a la *imagen ingenua del mundo*, según la conceptualización de Apresjan (1995). Este último define la imagen ingenua del mundo como una forma de pensamiento cotidiano que se va conformando paulatinamente a lo largo de los siglos, reflejando la experiencia material y espiritual de las personas. Incluye saberes como una *geometría ingenua*, una *física ingenua*, una *psicología ingenua*, entre otros.

Dentro de este pensamiento habitual puede inscribirse también la clasificación de *cultural mindsets* ‘mentalidades culturales’ propuesta por Underhill (2009). La mentalidad cultural ha sido definida como:

[...] an ideological worldview connected with one’s religion (Catholic, Protestant, Buddhist cultural frame), sociopolitical convictions (communist, capitalist), or general attitude to life (vegetarianism, pro-life vs. Pro-choice stance) (Głaz, 2022: 101).

Lo más significativo de esta noción es su capacidad de trascender los límites lingüísticos, es decir, puede migrar de una lengua a otra y expresarse en diferentes sistemas lingüísticos.

El concepto de mentalidad cultural resulta especialmente útil para analizar costumbres relacionadas con la alimentación, en particular, en lo que respecta a los argumentos estereotípicos empleados por personas ‘aficionadas a la carne’ para convencer a quienes han decidido no consumirla por alguna razón.

2.4. Alimentación y estereotipos: una práctica sociocultural cargada de valores

La alimentación no es una simple necesidad fisiológica, sino una práctica profundamente sociocultural. Lo que comemos, cuándo, cómo, dónde y con quién son elecciones que reflejan valores, jerarquías y estereotipos profundamente arraigados en cada comunidad lingüística y cultural. El acto de alimentarse constituye una intersección de dimensiones biológicas, fisiológicas, ideológicas, sociales y culturales, que configuran diversas visiones del mundo compartidas por distintos grupos de hablantes ((Merceron 1998; De Garine, 2001; Kimura, Wada, Goto, Tsuzuki, Cai, Oka y Dan, 2009; Gao y Mattila, 2017; Rodrigues, Gómez-Corona y Valentin, 2020; Lee, Lee, Ko y Hong, 2022; Rounds 2023).

En este sentido, múltiples discursos estereotipados condicionan nuestra manera de entender lo *normal* o lo *adecuado* en términos alimentarios. Tal como señala un artículo publicado en *El País* (2023), enunciados como «comer de todo con moderación» o «no hay alimentos buenos ni malos», frecuentemente promovidos por la industria alimentaria, actúan como falacias legitimadoras del consumo de productos poco saludables. De este modo, se observa un fenómeno paradójico: «está tan normalizado comer mal que a comer bien se le llama hacer dieta» (Casanova, citada en *El País*, 2023). Esta observación pone en evidencia cómo el valor de una comunidad influye directamente en la carga semántica y valorativa de palabras como *dieta* o *salud*.

Uno de los casos estereotípicos más ilustrativos de los alimentos es el del azúcar tal como se analiza en otro artículo reciente también publicado en *El País* (2025). A lo largo de la historia, la dulzura ha sido asociada no solo al sabor, sino también a la promesa, el afecto y la recompensa. Enunciados como

«si te terminas la verdura, te doy postre» configuran una estrategia *pedagógica*, o, más bien, *antipedagógica*, donde el azúcar funciona como chantaje o premio. Esta asociación se proyecta a través del lenguaje, donde *dulce* no se refiere únicamente a un producto o plato, sino que se convierte en sinónimo de amor y ternura, de algo suave y agradable.

Estas construcciones socioculturales en torno a la alimentación encuentran un marco teórico sólido en los análisis de Pierre Bourdieu, quien en *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto* (2022) demuestra cómo las prácticas alimentarias reflejan las divisiones sociales y culturales de una sociedad. Bourdieu señala que los gustos alimenticios varían no solo según la clase social, sino también en función de la concepción del cuerpo y de la división tradicional del trabajo por géneros. Así, mientras las clases populares priorizan alimentos que proporcionen fuerza física y saciedad, en coherencia con una visión funcional del cuerpo masculino, los sectores con mayor capital cultural tienden a preferir productos ligeros, saludables, sabrosos y, en muchos casos, costosos.

En resumen, los hábitos alimentarios están conformados por una compleja red de estereotipos, sustentados en creencias colectivas y valores sociales. En los apartados siguientes se analizarán los discursos alimentarios de los personajes consumidores de carne, los cuales entran en conflicto con la protagonista que decide dejar de comer productos de origen animal.

3. Metodología

Para este análisis se recopiló un corpus de enunciados pronunciados por los personajes en la primera parte de la novela, que lleva el mismo título que el libro: *La vegetariana*. Esta obra surcoreana fue escrita por Han Kang en 2007 en lengua coreana y traducida al español por Sunme Yoon en 2017. El análisis se basa en la sexta reimpresión de la edición española, publicada en 2025.

El enfoque adoptado es cualitativo y se centra en el análisis de los estereotipos dirigidos hacia Yeonghye, la protagonista, quien decide repentinamente dejar de consumir productos de origen animal. Estos estereotipos son expresados por los personajes de su entorno familiares (su marido, su madre, su padre, su hermana) y figuras sociales cercanas (los jefes de su marido), que tratan de persuadirla para que abandone su decisión. El objetivo principal es reconstruir la mentalidad cultural y delinejar una estructura cognitiva

resumida del concepto de carne tal como se configura en la novela.

La metodología de esta parte práctica se estructuró en las siguientes etapas:

- recopilación de ocurrencias estereotípicas en la primera parte de *La vegetariana* (2025);
- organización de dichas ocurrencias en perfiles, con el fin de reconstruir la mentalidad cultural del grupo antivegetariano representado en la obra;
- análisis contextual de cada fragmento seleccionado;
- elaboración de una propuesta de estructura cognitiva resumida del concepto de carne.

4. Análisis y discusión de resultados

En esta sección se analizan los resultados obtenidos a partir del corpus extraído de la primera parte de la novela *La vegetariana* de Han Kang. La historia gira en torno a Yeonghye, una ama de casa surcoreana que, tras una serie de sueños perturbadores protagonizados por imágenes de matanzas de animales, decide dejar de comer carne de forma repentina. Esta decisión, aparentemente simple, desata una profunda crisis familiar.

En el contexto surcoreano, donde la carne y los productos animales forman parte esencial de la alimentación tradicional, como ocurre con platos emblemáticos como el *bulgogi* (ternera marinada y cortada en tiras), el *bibimbap* (arroz con vegetales y carne) o los *jeon* (tortillas de marisco), la abstinencia de Yeonghye representa una ruptura radical con los códigos culturales y las relaciones sociales.

La atención se centra en los fragmentos en los que los personajes emplean argumentos estereotípicos relacionados con el consumo de carne o de productos de origen animal, dirigidos hacia Yeonghye que ha adoptado una dieta vegetariana.

4.1 Análisis sistemático de datos

Para fijar y describir la mentalidad cultural representada en la novela, las ocurrencias estereotípicas recogidas en la primera parte de *La vegetariana*,

dirigidas a atacar la decisión de Yeonghye de dejar de comer carne y productos de origen animal, han sido organizadas en distintos perfiles. En total, se han identificado nueve perfiles, que permiten observar cómo el rechazo a la carne activa una serie de creencias colectivas profundamente arraigadas en el lenguaje.

4.1.1 Perfil económico

En la obra el marido de Yeonghye enumera con detalle todos los tipos de carne almacenados en el frigorífico. La acumulación de productos cárnicos funciona como estereotipo de abundancia doméstica y estatus económico. La carne desperdiciada se presenta como pérdida material, es decir, como símbolo de un valor económico explícito:

Ternera cortada finamente para hacer shabu-shabu, panceta de cerdo, dos jarretes completos de vaca, calamares guardados en bolsas herméticas, anguilas limpias y troceadas que le había mandado recientemente mi suegra del pueblo, corvinas semisecas y atadas con una cuerda amarilla, empanadillas congeladas todavía sin abrir y un sinnúmero de paquetes que no se sabía qué contenían [...] La ternera y el cerdo, el pollo troceado y las anguilas marinadas, que debían de costar **como mínimo doscientos mil wones**; todo fue a parar a la bolsa de la basura (Kang, 2025: 16)

4.1.2 Perfil ideológico

Otro estereotipo recurrente es la deslegitimación del vegetarianismo como fenómeno superficial o pasajero. Se asocia a modas modernas o tendencias urbanas: «Sabía, de haberlo leído y escuchado, que en esos tiempos estaba de moda ser vegetariano» (Kang, 2025: 20).

4.1.3 Perfil psicológico

Desde el punto de vista de la familia, la decisión de no comer carne se interpreta como una pérdida del control mental, resultado de un cambio irracional o incluso sobrenatural. El vegetarianismo se asocia así con trastornos mentales: «No necesitaba bajar de peso ni tenía que curarse ninguna enfer-

medad, pero había cambiado sus hábitos de alimentación por una simple pesadilla. ¡Ni que estuviera poseída por un demonio!» (Kang, 2025: 20).

4.1.4 Perfil físico

El rechazo a la carne se vincula con síntomas físicos visibles, como adelgazamiento extremo o palidez, lo que permite patologizar la decisión alimentaria: «Comenzó a adelgazar. Los pómulos, de por sí protuberantes, se hicieron desagradablemente más marcados. Si no se desmaquillaba, su piel lucía pálida y demacrada como la de una persona enferma» (Kang, 2025: 21). La carne se presenta como el eje central del discurso, estrechamente asociada a la noción de energía vital. El estereotipo predominante establece un vínculo directo entre el consumo de carne y la recuperación de fuerzas: «Yeonghye, come. Si comes, te nacerán las fuerzas. Una persona normal necesita energía para vivir» (Kang, 2025: 39).

4.1.5 Perfil físico y psicológico

Varios personajes equiparan la ingesta de carne con fortaleza física, equilibrio emocional y una vida *normal*. La falta de carne se percibe como sinónimo de debilidad física y mental:

Últimamente parece que hay gente que es vegetariana por una cuestión de complejión física. Yo también quise averiguar cuál era mi tipo de complejión y fui a varios consultorios de medicina oriental, pero en todos me dijeron cosas diferentes. Siguiendo sus indicaciones, traté de cambiar mi dieta alimentaria, pero no me sentí a gusto... Ahora pienso que **lo mejor es comer de todo**.

—¿No os parece que la persona que come un poco de todo y sin hacer excepciones es a la que se le puede llamar “sana” de verdad? Es una prueba de que su mente también está sana —dijo la esposa del gerente, que había estado mirando de reojo los pechos de mi mujer... (Kang, 2025: 27).

4.1.6 Perfil social

La familia prototípica que aparece en la novela es la familia tradicional carnívora, presentada como una identidad grupal cohesionada en torno al consumo de carne. No es casualidad que el marido de Yeonghye asocie automáticamente a la familia de su esposa con el olor a carne y ajo: «Cada vez que pensaba en la familia de mi mujer, inmediatamente la asociaba con el humo y el olor a ajo quemado» (Kang, 2025: 23)

A partir de esta percepción se cristalizan los roles de género en el seno de una familia tradicional. La identidad familiar se organiza en torno a la carne como eje simbólico de cohesión y como elemento definitorio de los roles domésticos. Se valoran positivamente las competencias culinarias asociadas a la preparación de carne, y se proyecta una imagen idealizada de la mujer común y funcional en el ámbito doméstico:

Las copas iban y venían, y la carne se cocía en el asador, mientras las mujeres charlaban animadamente en la cocina. Todos —y en especial mi suegro— eran amantes de la carne, mi suegra sabía cortar en láminas delgadas el pescado vivo para hacer sashimi, y mi cuñada y mi esposa eran mujeres que sabían trocear un pollo con un cuchillo grande y rectangular de carnicería. Aprobaba la autosuficiencia de mi mujer, que podía matar las cucarachas con las manos como si nada. ¿Acaso no la había seleccionado con cuidado por ser la mujer más corriente del mundo? (Kang, 2025: 23).

Saber trocear bien la carne es, en este contexto, una habilidad doméstica altamente valorada: «Sabía [Yeonghye] dar la vuelta a las costillas de cerdo sobre las brasas con destreza y troceaba sin vacilar la carne, sosteniéndola con pinzas con una mano y cortándola con la otra con una tijera grande [...]» (Kang, 2025: 20)

En este marco, la figura del vegetariano no solo es vista como diferente, sino como una presencia incómoda que altera la armonía del grupo, tanto en el entorno familiar como profesional. Esto se evidencia en el episodio de la cena empresarial, donde la presencia de Yeonghye incomoda a los comensales:

—Aun así, ¿cómo se puede vivir sin comer nada de carne? —opinó su esposa sonriendo. (Kang, 2025: 27)

—Me alegro. La verdad es que nunca había coincidido antes con un

vegetariano. ¿No les parece terrible estar cenando con alguien a quien le parece atroz ver comer carne? El que es vegetariano por cuestiones espirituales debe de sentir una gran repugnancia por los que comen carne, ¿no es así?” (Kang, 2025: 28).

El rechazo a la carne se percibe como una amenaza a la norma alimentaria tradicional. No comer carne genera preocupación e incomodidad, e incluso se interpreta como una señal de hambre: «[...] mi mujer solamente había comido ensalada, kimchi y gachas de calabaza [...] —¿No tiene hambre? Casi no ha comido... —se preocupó nuestra anfitriona, con tono animado y cortés» (Kang, 2025: 29).

La figura de la madre también está ligada a una comprensión estereotípica del consumo de productos de origen animal. El hecho de que prepare y envíe bolsas de carne y pescado a su hija Yeonghye se interpreta como un acto de cuidado materno, aunque llega a rozar la obstinación. Un ejemplo claro de esta actitud es cuando le lleva un caldo de cabra negra preparado en secreto, con la intención de ayudarla a recuperar fuerzas, pese a que la hija lo rechaza:

—Lo preparé en casa antes de venir a Seúl. Pensé en lo desnutridos que estaríais después de meses sin comer carne... Coméoslo juntos. Es caldo de cabra negra. Lo he traído a escondidas para que no se entere mi otra hija, que seguro que no me hubiese dejado. Dáselo a Yeonghye y le dices que es un buen remedio. Lo he hecho con muchas hierbas medicinales, así que seguramente no olerá mal. Parece un fantasma con lo delgada que está y encima ha perdido mucha sangre... (Kang, 2025: 46)

Este gesto se enmarca en un discurso más amplio donde el rechazo a la carne se interpreta como una ruptura del mandato familiar y de los roles asignados tradicionalmente a la mujer, tanto como esposa como hija. Las escenas de presión familiar, que incluyen la violencia verbal y física, evidencian cómo comer carne se transforma en un acto de obediencia filial, de pertenencia al linaje y de reafirmación del orden patriarcal:

[Madre] —Hoy mismo se acabó eso de ser vegetariana. Come esto, esto y esto. Ni que viviéramos en una época de necesidades. Mira la pinta que tienes —dijo con firmeza mi suegra, poniendo delante de mi mujer la carne de ternera a la plancha, el guiso de pollo y los fideos con pulpo (Kang, 2025: 39)

[Padre] —¿A qué esperas? ¡Come de una vez! —insistió mi suegro con su voz de trueno (Kang, 2025: 39)

[Padre] —Come, hazme caso, que soy tu padre. Te lo digo por tu bien.

—¿Qué harás si enfermas por seguir así? (Kang, 2025: 40)

[Padre] —Cuando por fin empiece a comer, comerá como antes.

—¿Dónde se ha visto que alguien no coma carne en estos días? (Kang, 2025: 41).

En estos fragmentos, la figura del padre actúa como representante máximo de la autoridad familiar, imponiendo el consumo de carne como un deber y se justifica con el bien común.

4.1.7 Perfil social, psicológico y físico

El cambio alimentario de Yeonghye también se percibe como un acto de rebeldía que desafía el guion tradicional de género, implicando el abandono de su rol de esposa obediente. En el discurso de los personajes se establece una secuencia estereotípica que conecta de forma directa la abstención de carne con la pérdida de energía y, en consecuencia, con el rechazo al deseo sexual:

Lo que más me inquietaba era que ya no quería tener sexo. Antes solía acceder a mis deseos sin poner peros y a veces hasta era ella la que me tocaba primero, pero ahora me rechazaba en silencio, aunque mi mano solo le tocara el hombro.

—¿Qué te pasa?

—Estoy cansada.

—Por eso tienes que comer carne. No tienes fuerzas porque no comes. Antes no eras así (Kang, 2025: 22).

La negativa a comer carne se vincula simbólicamente con la desobediencia sexual y el rechazo del deseo sexual.

4.1.8 Perfil biológico

La idea estereotípica de consumir carne se asocia con un supuesto instinto natural, de modo que cualquier desviación respecto a esta norma se considera antinatural: «—¿Han visto que hace poco descubrieron la cabeza de un

homínido de hace quinientos mil años? Tenía rastros de haberse alimentado de la caza. El comer carne es un instinto. El ser vegetariano es ir en contra del instinto. No es natural» (Kang, 2025: 27).

4.1.9 Perfil religioso

Finalmente, el vegetarianismo se presenta como una práctica religiosa o espiritual, propia de estilo de vida ajeno a la vida cotidiana: «—[...] Los monjes aguantan [la dieta vegetariana] porque hacen una vida contemplativa y viven solos —trató de persuadirla mi cuñada con palabras suaves» (Kang, 2025: 39).

4.2 Marco estereotípico general

En conjunto, los argumentos estereotípicos analizados permiten reconstruir una mentalidad cultural antivegetariana articulada en torno a tres ejes fundamentales, que resumen la conceptualización de la carne (o productos de origen animal) como vida, salud y orden:

1. La carne (o productos de origen animal) como símbolo de vida tradicional y normalidad.
2. La carne (o productos de origen animal) como garantía de salud física y mental.
3. La carne (o productos de origen animal) como base del orden familiar y social.

Estas creencias no se presentan de forma aislada, sino que están profundamente enraizadas en el lenguaje y reflejan una mentalidad cultural antivegetariana coherente. Para sistematizar esta conceptualización, en la **Tabla 1** se ha agrupado cada perfil según sus características estereotípicas principales y su vinculación con una o varias de las tres categorías cognitivas clave que emergen del discurso de los personajes:

Perfil	Característica principal	Categoría
Económico	Carne (o productos de origen animal) como símbolo de estatus y pérdida económica	Vida
Ideológico	Vegetarianismo como moda superficial	Orden
Psicológico	Asociación con enfermedad mental o posesión	Salud
Físico	Enfermedad física y falta de energía	Salud
Físico y psicológico	Carne (o productos de origen animal) como señal de salud integral	Vida, salud
Social	Cohesión familiar, roles de género y obediencia familiar	Vida, orden
Social, psicológico y físico	Rebeldía, pérdida de deseo sexual	Vida, orden
Biológico	Consumo de carne como instinto natural	Vida, salud
Religioso	Vegetarianismo asociado a la vida monástica	Orden

Tabla 1. Elaboración propia

Esta es la organización cognitiva resumida del concepto de carne (o productos de origen animal) que subyace en la novela surcoreana, pero que, en algunos aspectos, puede aplicarse también a otras culturas. De este modo, observamos cómo una mentalidad cultural puede migrar de una lengua a otra, ya que se trata de fenómenos socioculturales que pueden estar presentes en distintas comunidades de hablantes.

5. Conclusiones

Este trabajo ha demostrado que los estereotipos constituyen una herramienta analítica central dentro del marco de la lingüística cultural, la disciplina que ha experimentado un notable desarrollo a nivel internacional durante la última década. Los estereotipos como objetos de la investigación condensan conocimientos colectivos, valores compartidos y representaciones convencionales de la realidad.

A partir del análisis cualitativo de la novela *La vegetariana* de Han Kang, se identificaron estereotipos antivegetarianos que no se presentan como simples opiniones de los personajes, sino como manifestaciones cognitivas y socioculturales profundamente enraizadas en el lenguaje. Además, se identificaron múltiples perfiles estereotípicos (económico, ideológico, social, físico,

psicológico, biológico, entre otros), que revelan cómo el consumo de carne o de productos de origen animal se asocian con la normalidad, la salud física y mental, y el mantenimiento del orden familiar y social.

Desde un enfoque lingüístico-cultural, este estudio pone de relieve cómo la literatura puede actuar como un espejo de los fenómenos sociales a través de la representación de estereotipos, lo que permite reconstruir aspectos clave de la mentalidad cultural antivegatariana. En este contexto, la decisión de consumir o rechazar la carne no es un mero hábito alimentario, sino una práctica social cargada de valores, discursos y significados anclados en el lenguaje y en la estructura sociocultural.

Futuros estudios podrían ampliar esta línea de investigación comparando cómo se articula este tipo de *mentalidad cultural* en otras lenguas y culturas, observando qué discursos se repiten, qué estereotipos prevalecen y qué particularidades emergen en contextos lingüísticos distintos.

Bibliografía

- Apresjan, Juri D. (1995).** *Избранные труды. Том 1. Лексическая семантика. Синонимические средства языка (Obras seleccionadas. Volumen 1. Semántica léxica. Medios sinónimos del lenguaje)*, Moscú, Jazyki russkoj kul'tury.
- Bartmiński, Jerzy; y Zinken, Jörg (eds.) (2009).** *Aspects of Cognitive Ethnolinguistics*, Londres, Equinox Publishing Ltd.
- Bernárdez, Enrique (2008a).** «Collective cognition and individual activity: Variation, language and culture», en Roslyn M. Frank, René Dirven, Tom Ziemke y Enrique Bernárdez (eds.), *Body, Language and Mind. Volume 2: Sociocultural Situatedness*, Berlín/Nueva York, De Gruyter Mouton, pp. 137-168, <https://doi.org/10.1515/9783110199116.0.1>.
- (2008b). *El lenguaje como cultura*, Madrid, Alianza.
- y Carisio Anastasiia (2025). *Lingüística cultural. Bases teóricas, modelos y aplicaciones*. Madrid, Ediciones Complutense, <https://doi.org/10.5209/ling.005>.
- Boas, Franz (1911).** *Handbook of American Indian languages*. Vol. 1, Washington, Government Print Office.
- Bourdieu, Pierre (2022).** *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*, trad. de María del Carmen Ruiz de Elvira, Madrid, Taurus, 3.^a ed., 6.^a reimpr.
- Carisio, Anastasiia (2020).** «The Linguistic Image of the World and Image Schemas: an attempt at their delimitation and comparison», *Complutense Journal of English Studies*, 28, pp. 219-228, <https://doi.org/10.5209/cjes.67041>.
- (2024). «Cultural Conceptualization of SIBERIA in Spanish Corpora», en J. Baranyiné Kóczy y V. Szolid (eds.), *Cultural Linguistics and (Re)conceptualized Tradition. Cultural Linguistics*, Singapur, Springer, https://doi.org/10.1007/978-981-97-6325-2_17.
- De Garine, Igor (2001).** «Views about food prejudice and stereotypes», *Social Science Information*, 40, 3, pp. 487-507, <https://doi.org/10.1177/053901801040003006>.
- Frank, Roslyn M. (2016).** «Cultural Linguistics vis-à-vis Cognitive Linguistics: A Critical Perspective» (conferencia plenaria), *The First International Conference of Cultural Linguistics*, Prato (Italia), <https://iro.uiowa.edu/esploro/outputs/conferencePresentation/Cultural-Linguistics-vis-à-vis-Cognitive-Linguistics-A/9984105075002771>.

- Gao, Yixing (Lisa); y Mattila, Anna S. (2017).** «The Impact of Stereotyping on Consumers' Food Choices», *Journal of Business Research*, 81, pp. 80-85, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.08.012>.
- Geeraerts, Dirk (2008).** «Prototypes, stereotypes and semantic norms», en Gitte Kristiansen y René Dirven (eds.), *Cognitive Sociolinguistics. Language Variation, Cultural Models, Social Systems*, Berlín, Mouton de Gruyter, pp. 21-44.
- Harder, Peter (2010).** *Meaning in Mind and Society: A Functional Contribution to the Social Turn in Cognitive Linguistics*, Berlin/Nurbs York, Walter de Gruyter.
- Humboldt, Wilhelm von (1991).** *Escritos sobre el lenguaje*, Barcelona, Península.
- Kang, Han (2025).** *La vegetariana*, trad. Sunme Yoon, Barcelona, Random House, 6.^a reimpresión. Ed. original en coreano: 2007.
- Kimura, Atsushi; Wada, Yuji; Goto, Sho-ichi; Tzuzuki, Daisuke; Cai, Dongsheng; Oka, Takashi; y Dan, Ippeita Dan (2009).** «Implicit Gender-Based Food Stereotypes. Semantic Priming Experiments on Young Japanese», *Appetite* 52, 2, pp. 521-524, <https://doi.org/10.1016/j.appet.2008.11.002>.
- Lakoff, George (1987).** *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind*, Chicago, University of Chicago Press.
- y Johnson, Mark (1980). *Metaphors We Live By*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Lee, Soo-Hyun; Lee, Cho-Long; Ko, Jeongmin; y Hong, Jae-Hee (2022).** «The Role of Food Stereotype in Hedonic Judgment of a Delicacy Food: A Case Study of Korean Consumers' Liking for Sliced Raw Fish (Sashimi)», *Food Research International*, 162, 112028, <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2022.112028>.
- Lippmann, Walter (2003).** *La opinión pública*, trad. de Blanca Guinea Zubimendi, Langreo, Cuadernos de Langre.
- Merceron, Jacques E. (1998).** «Cooks, Social Status, and Stereotypes of Violence in Medieval French Literature and Society», *Romania*, 116, 461-462, pp. 170-187, https://www.persee.fr/doc/roma_0035-8029_1998_num_116_461_1459.
- Nicolau, María (4 de julio de 2025).** «El fin de los sobrecitos y el regreso de la azucarera», *El País*, <https://elpais.com/gastronomia/2025-07-04/la-dulzura-es-una-de-las-herramientas-mas-poderosas.html>.
- Palmer, Gary B. (1996).** *Toward a Theory of Cultural Linguistics*, Austin, University of Texas Press (versión española: *Lingüística cultural*, trad. de Enrique Bernández, Madrid, Alianza Editorial, 2000).
- Quasthoff, Uta M. (1978).** «The Uses of Stereotype in Everyday Argument», *Journal of Pragmatics*, 2, pp. 1-48, [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(78\)90021-8](https://doi.org/10.1016/0378-2166(78)90021-8).
- Quasthoff, Uta M. (1989).** «Social Prejudice as a Resource of Power: Towards the Functional Ambivalence of Stereotypes», en Ruth Wodak (ed.), *Language, Power and Ideology. Studies in Political Discourse*, Ámsterdam, Benjamins, pp. 137-163.
- Quinn, Naomi; y Holland, Dorothy (eds.) (1987).** *Cultural Models in Language and Thought*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Robles, Beatriz (2 de mayo de 2023).** «“Comer de todo con moderación”, “no hay alimentos buenos ni malos” y otras falacias de la industria alimentaria», *El País*, <https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2023-05-03/comer-de-todo-con-moderacion>

- deracion-no-hay-alimentos-buenos-y-malos-y-otras-falacias-de-la-industria-alimentaria.html.
- Rodrigues, Heber; Gómez-Corona, Carlos; y Valentin, Dominique (2020).** «Femininities & Masculinities: Sex, Gender, and Stereotypes in Food Studies», *Current Opinion in Food Science*, 33, pp. 156-164, <https://doi:10.1016/j.cofs.2020.05.002>.
- Rosch, Eleanor H. (1973).** «Natural Categories», *Cognitive Psychology*, 4, 3, pp. 328-350, [https://doi.org/10.1016/0010-0285\(73\)90017-0](https://doi.org/10.1016/0010-0285(73)90017-0).
- Rosch, Eleanor H. (1975).** «Cognitive Representations of Semantic Categories», *Journal of Experimental Psychology: General*, 104, 3, pp. 192-233, <https://doi.org/10.1037/0096-3445.104.3.192>.
- (1978). «Principles of categorization», en Rosch, Eleanor H. y Barbara B. Lloyd (eds.) *Cognition and Categorization*, Hillsdale (Nueva Jersey), Erlbaum.
- Rounds, Christopher D. (2023).** «A Comparative History of Irish and African American Stereotypes on Food Packaging». *New Hibernia Review*, 27, 3, pp. 73-94, <https://doi.org/10.1353/nhr.2023.a919785>.
- Sapir, Edward (1929).** «The Status of Linguistics as a Science», *Language*, 5, 4, pp. 207-214.
- Schaff, Adam (1984).** «The Pragmatic Function of Stereotypes», *International Journal of the Sociology of Language*, 45, pp. 89-100, <https://doi.org/10.1515/ijsl.1984.45.89>.
- Underhill, James W. (2009).** *Humboldt, Worldview and Language*, Edimburgo, Edinburgh University Press.
- Underhill, James W. (2011).** *Creating Worldviews: Ideology, Metaphor and Language*, Edimburgo, Edinburgh University Press.
- Whorf, Benjamin L. (1971).** *Lenguaje, pensamiento y realidad*, trad. José M. Pomares, Barcelona, Barral Editores.
- Zinken, Jörg (2004).** «Metaphors, stereotypes, and the linguistic picture of the world: Impulses from the Ethnolinguistic School of Lublin», *Metaphorik.de*, 7, pp. 115-136, <https://doi.org/10.17185/duepublico/83531>.