

Luisa Fernanda Prieto Campo



MESHIAGARE

Buen Provecho



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali



FACULTAD DE
**CREACIÓN
Y HÁBITAT**
Departamento
de Creación



**SOMOS
TODOS**

MESHIAGARE

Hibridación de la gastronomía japonesa en Cali desde
una mirada cultural y educativa

Presentado por

Luisa Fernanda Prieto Campo

Énfasis en Diseño Editorial

Doble Titulación con Comunicación

Directora de proyecto

Alioka Itaré Quintero Ospino

Magister en Marketing Digital

Proyecto Avanzado En Diseño De Comunicación
Visual / 2025 - 1

Pontificia Universidad Javeriana Cali
Facultad de Creación y Hábitat
Departamento de Arte, Arquitectura y Diseño
Diseño de Comunicación Visual

2025-1



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali




AGRADECIMIENTOS

No soy de grandes discursos ni palabras rimbombantes, pero hay cosas que solo se pueden decir con el corazón. Este proyecto ha sido un viaje largo, retador y lleno de aprendizajes, y no hubiera llegado hasta aquí sin las personas que me rodean, que me sostienen y que creen en mí incluso cuando yo misma lo dudo.

A mis papás, Esther Campo y Héctor Prieto, gracias por ser el pilar de todo lo que soy. Mamá, gracias por tu entrega incansable, por tu amor firme y por enseñarme que ser sensible también es una forma de ser valiente. Papá, gracias por tu apoyo silencioso pero constante, por tu sabiduría práctica y por enseñarme a mirar la vida con calma y decisión. Este logro también es suyo. A mi compañero de vida, Lorenzo Rivas, gracias por estar a mi lado incluso en los días más caóticos, por tu amor paciente, tus palabras de aliento y por recordarme, una y otra vez, por qué empecé este camino. Tu compañía ha sido mi refugio.

A mis amigos y familia extendida, quienes en diferentes momentos me dieron una palabra de ánimo, una carcajada necesaria o simplemente un abrazo sincero, gracias por ser hogar, incluso a la distancia. Este trabajo también está lleno de sus voces, consejos y afectos. A mi directora de proyecto, Alioka Quintero, gracias por tu guía clara, tu sensibilidad como diseñadora y tu compromiso como docente. Gracias por creer en Meshiagare desde el inicio y por acompañarme con firmeza y cariño en este proceso. Tu mirada enriqueció profundamente este proyecto.

Este trabajo no lo hice sola. Lleva pedacitos de cada uno de ustedes. A todos, gracias por caminar conmigo.





ÍNDICE

1. ÍNDICE
2. AGRADECIMIENTOS
3. INTRODUCCIÓN
4. TEMA
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
6. JUSTIFICACIÓN
7. OBJETIVO GENERAL
8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS
9. DESCRIPCIÓN DEL USUARIO
10. EXPERTO ALIADO
11. METODOLOGÍA
12. BENCHMARKING
13. DESARROLLO DE LOS INSTRUMENTOS
14. CONCLUSIONES DE INVESTIGACIÓN
15. REQUERIMIENTOS DE DISEÑO
16. PROPUESTA DE PRODUCTO
17. SISTEMA PRODUCTO
18. IDENTIDAD VISUAL
19. PRUEBA DE USUARIO
20. CONCLUSIÓN
21. REFERENCIAS
22. ANEXOS





INTRODU

La gastronomía japonesa ha logrado expandirse globalmente, pero en ciudades como Cali, su presencia está marcada por adaptaciones culturales, malentendidos y una fusión que ha dado lugar a nuevas formas de saborear lo japonés. Meshiagare es un proyecto de diseño que busca visibilizar los procesos de hibridación y preconceptos alrededor de esta cocina en el contexto caleño, explorando cómo los factores históricos, migratorios y culturales han influido en su percepción y transformación. A través de una estrategia de comunicación visual dirigida a jóvenes estudiantes de gastronomía, esta propuesta pretende generar experiencias significativas que fomenten la comprensión, el respeto y la valoración de una de las tradiciones culinarias más refinadas del mundo.

UCCCIÓN



TEMA



Explorar y analizar los preconceptos sobre la gastronomía japonesa en Cali y su relación con la cultura local.

El proyecto trata sobre los preconceptos que existen en Cali, Colombia, respecto a la gastronomía japonesa. Se enfoca en describir cómo los habitantes de la ciudad perciben esta cocina y qué ideas o estereotipos tienen sobre ella.

También se abordan los factores culturales, históricos y sociales que han influido en la llegada y presencia de la gastronomía japonesa en Cali. El proyecto incluye una revisión del panorama actual de los restaurantes japoneses en la ciudad y su relación con el entorno local. Además, se realiza una comparación entre la gastronomía japonesa y la gastronomía caleña, con el fin de identificar diferencias, similitudes e interacciones que puedan influir en la forma en que los caleños entienden y consumen este tipo de comida.





PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La presencia de la cocina japonesa en Cali es el resultado de un proceso gradual influenciado por diversos factores, los primeros indicios de la llegada de personas asiáticas a Colombia se remontan a la llegada de inmigrantes japoneses a principios del siglo XX. Sin embargo, fue durante y después de la Segunda Guerra Mundial, un período en el cual la colonia japonesa en Colombia enfrentó diversos desafíos y requirió de la protección de la Embajada Española, en donde la gastronomía nipona comenzó a ganar terreno en el país. No obstante, debido a diversa diáspora y las dificultades vividas por muchos inmigrantes japoneses en ese contexto contribuyeron a que sus tradiciones culinarias se difundieran más allá de sus comunidades, es así como lo explica José Ángel Hernández en su artículo titulado La colonia japonesa en Colombia durante la Segunda Guerra Mundial y la protección de sus intereses por la Embajada Española:

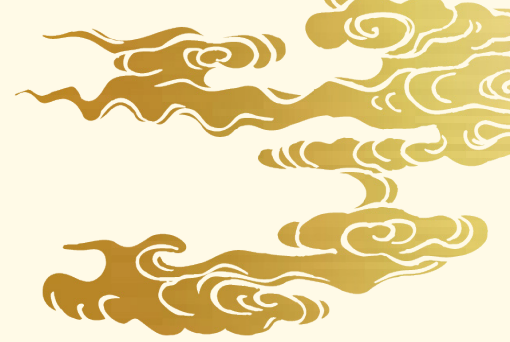


surgió durante la era del shogunato Tokugawa, que controló Japón desde 1603 hasta 1853. Durante este periodo, conocido como Sakoku, Japón adoptó una política de aislamiento extremo del resto del mundo. Las estrictas normas impuestas por el shogunato restringían severamente las relaciones internacionales, llegando incluso a castigar con pena de muerte a aquellos japoneses que tuvieran contacto ilegal con extranjeros. Este aislamiento se mantuvo por más de dos siglos y tuvo un profundo impacto en la cultura japonesa, limitando significativamente su interacción y asimilación de influencias extranjeras.

El legado de esta política de aislamiento ha tenido repercusiones duraderas, especialmente en términos de migración. Japón es uno de los países con menor porcentaje de emigrantes en el mundo, con un total histórico que representa menos del 1% de su población actual. Esta baja migración también explica por qué Colombia, a diferencia de otros países, ha recibido muy pocos migrantes japoneses a lo largo de su historia, consecuentemente, la influencia directa de la cultura y la gastronomía japonesa en Colombia ha sido limitada.

Sin embargo, en las últimas décadas, la globalización y el creciente interés por las culturas extranjeras han comenzado a cambiar este panorama en Colombia, a pesar de la escasa migración japonesa, la cocina japonesa ha ganado popularidad en ciudades como Cali, donde actual-

mente existen entre 15 y 20 restaurantes japoneses tradicionales. Este crecimiento refleja un cambio en la percepción y el apetito por experiencias culinarias internacionales, impulsado en parte por el turismo, el acceso a información global, y el auge de la fusión gastronómica. Aunque la influencia directa de la inmigración japonesa sigue siendo limitada, la adopción y adaptación de su gastronomía en Cali señala un interesante proceso de integración cultural, que desafía las barreras históricas impuestas durante el Sakoku. Es por estos motivos que el análisis de la adaptación de la gastronomía japonesa en Cali es de gran importancia por varias razones que van más allá de la simple apreciación culinaria. En primer lugar, este estudio permite explorar cómo las barreras históricas, como el prolongado aislamiento de Japón durante el shogunato Tokugawa y la baja migración japonesa hacia Colombia, han sido desafiadas y superadas a través de la globalización. A pesar de que Japón es uno de los países con menor porcentaje de emigrantes, y de que la migración japonesa hacia Colombia ha sido históricamente limitada, la cocina japonesa ha logrado arraigarse y prosperar en ciudades como Cali. Además, esta investigación, es relevante porque permite comprender el impacto de la globalización en la cultura local caleña y la incorporación de la gastronomía japonesa en el Valle del Cauca es un ejemplo de cómo las culturas pueden interactuar y fusionarse en un contexto globalizado, donde el acceso a información, el turismo y la fusión gastronómica juegan un pa-



pel crucial en la difusión y aceptación de nuevas tradiciones.

Este proceso no solo enriquece la diversidad cultural de la ciudad, sino que también desafía las nociones tradicionales de identidad y pertenencia, abriendo espacio para nuevas formas de expresión cultural que reflejan la complejidad y dinamismo de las sociedades contemporáneas.

La gastronomía japonesa ha ganado popularidad en Colombia en los últimos años, gracias a la apertura de restaurantes especializados en sushi y otros platos típicos de la cocina nipona. Sin embargo, a pesar de que la comida japonesa se ha convertido en una opción cada vez más común en el país, todavía existen preconceptos y malentendidos en torno a ella.

Para definir una gastronomía tan rica y compleja como lo es la japonesa, primero hay que conocer sus aspectos más generales e imprescindibles para su expresión. Japón Fact Sheet: Cultura gastronómica japonesa afirma lo siguiente: “La delicada cocina japonesa que se expresa la belleza de la naturaleza y el cambio estacional, aprovechando las características de los diversos y frescos productos alimenticios” (Web Japan, 2017, p.1). Que se corrobora con la siguiente cita:

Importantes de la gastronomía tradicional japonesa es la relevancia que se le dan a los ingredientes frescos, los cuales a menudo son servidos crudos. También se destaca la utilidad de sus sabores,

pues evitan el uso excesivo de especias, y al momento de cocinar sus ingredientes son a menudo sazonados con el mínimo de salsas o partes adicionales. (Sánchez, 2015, p.117).

Así mismo, el ministerio de cultura (2011) presenta el documento “Los árabes en Colombia”. En donde se muestra una investigación extensa sobre la comunidad árabe en Colombia, desde la primera inmigración a finales del siglo XIX. La cual se realizó por medios bibliográficos y de búsquedas en fuentes secundarias. Con el fin de exaltar a esta comunidad poco estudiada en Colombia. En esta se logró identificar a los mayores grupos de inmigrantes de Siria, Líbano, y Palestina principalmente.

Su llegada y adaptación de sus costumbres en el territorio colombiano. Y por último, su descendencia cultural actual. En el que se concluye que en Colombia las comunidades árabes encontraron la oportunidad de vivir mejor y se les facilitó adaptarse. Aunque por esa misma facilidad hubo pérdida de aspectos culturales y de identidad como el lenguaje. Pero a pesar de todo en el ámbito gastronómico las costumbres permanecieron y hoy se tienen bastante arraigadas en las costumbres colombianas.

Uno de los principales preconceptos que se tienen sobre la gastronomía japonesa en Colombia es que solo consiste en sushi y otros platos crudos de pescado. Si bien es cierto que el sushi es uno de los platos más conocidos de la cocina japonesa,

hay muchas otras opciones igualmente deliciosas y variadas que no contienen pescado crudo. Entre ellas, destacan el ramen, el udon, la tempura, el Teriyaki y el yakitori, entre otros. Otro preconcepto común es que la comida japonesa es extremadamente cara.

Si bien es cierto que algunos restaurantes japoneses pueden tener precios elevados, también hay opciones más accesibles que ofrecen platos deliciosos a precios razonables. Además, muchas veces la calidad de la comida y la experiencia que se vive en un restaurante japonés justifican el costo.

Otro malentendido es que los japoneses solo comen comida cruda y fría. De hecho, la mayoría de los platos japoneses se sirven calientes, como el mencionado ramen, que es un plato de fideos en caldo caliente. También es común el teppanyaki, un estilo de cocina en el que los ingredientes se cocinan a la plancha delante del comensal. Según la revista Web Japan dice que:

“La delicada cocina japonesa que se expresa la belleza de la naturaleza y el cambio estacional, aprovechando las características de los diversos y frescos productos alimenticios, ha enriquecido la cultura alimentaria de los japoneses al relacionarse estrechamente con los acontecimientos anuales” (Web Japan, 2006)

Por último, hay quienes piensan que la comida japonesa no es adecuada para su paladar. La realidad es que la gastronomía japonesa es muy variada, y hay opciones para todos los gustos. Si no te gusta el pescado crudo, puedes optar por opciones vegetarianas o platos cocidos. Además, muchas veces los sabores y la presentación de los platos japoneses son sorprendentes y muy satisfactorios. Para concluir, la gastronomía japonesa en Colombia ha ido ganando popularidad en los últimos años, pero aún existen preconceptos y malentendidos en torno a ella. Es importante recordar que la comida japonesa es mucho más que solo sushi, que hay opciones para todos los presupuestos y gustos, que se trata de una experiencia gastronómica única que vale la pena probar. A partir de esto se plantea la siguiente pregunta:

¿Cómo se han desarrollado los procesos de hibridación y adaptación de la gastronomía japonesa en Cali a lo largo del tiempo, considerando el impacto de la migración japonesa y el contexto socio-cultural local?





JUSTIFICACIÓN

Existe la necesidad de comprender y abordar las preconcepciones y sesgos en la cultura caleña respecto a la gastronomía japonesa. De acuerdo con Benjamin Cotton (2010), la perspectiva latinoamericana aún está influenciada por prejuicios y construcciones culturales en torno a Japón, lo que impacta directamente en la percepción y aceptación de su gastronomía en Latinoamérica y, específicamente, en Cali. Ante esta situación, surgen interrogantes como: ¿Cuáles son los factores de hibridación que han influido en la adaptación de la gastronomía japonesa en Cali? ¿Cómo han sido recibidos estos platillos por los caleños? ¿Qué estrategias pueden emplearse para generar un mayor acercamiento y comprensión de esta culinaria en la región?

Para delimitar mejor la situación, es necesario considerar las condiciones en las que surge esta problemática; la gastronomía japonesa, aunque globalmente es reconocida y valorada,



ha encontrado ciertas barreras en su inserción dentro del contexto caleño. Factores como la dificultad en el uso de los palillos japoneses (ohashi), la percepción de complejidad en la preparación de los platillos y el acceso a ingredientes específicos han influido en la manera en que esta culinaria es percibida. Además, la historia de migración japonesa a Cali ha sido limitada, lo que ha generado una menor interacción cultural directa en comparación con otras comunidades migrantes.

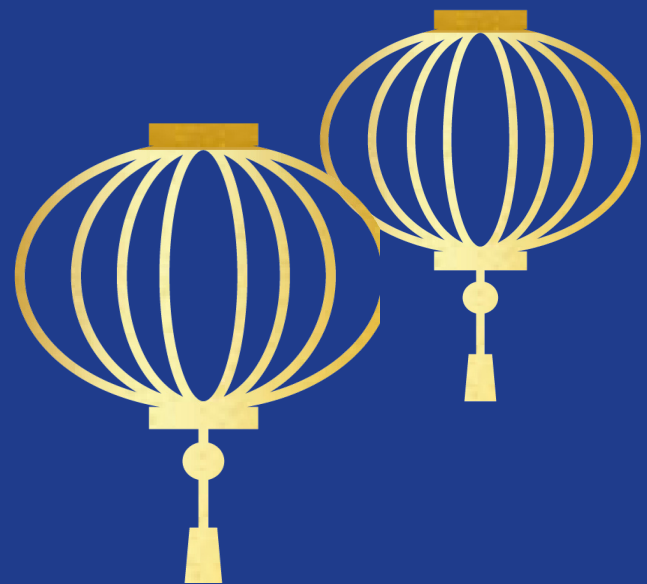
Desde una perspectiva de mercado, existe un creciente interés en la gastronomía internacional dentro de Cali, especialmente en los jóvenes adultos entre 17 y 30 años, quienes representan un segmento clave para la aceptación de nuevas propuestas

culinarias. A nivel de diseño y comunicación, se requiere una estrategia que facilite el entendimiento de la cocina japonesa y fomente su integración en la oferta gastronómica local, sin embargo, desde el aspecto social, este proyecto contribuirá a derribar mitos y estereotipos, promoviendo la diversidad culinaria y el respeto por las diferentes tradiciones gastronómicas.

La idea nace de la observación de cómo la gastronomía japonesa ha sido interpretada y adaptada en Cali, en muchos casos sin un conocimiento profundo de su tradición. A partir de una encuesta realizada a personas entre 17 y 30 años en Cali, se determinó que el 40% de los encuestados no tiene un conocimiento o acercamiento directo con la gastronomía japonesa, y su percepción se basa en adaptaciones locales que han modificado significativamente la esencia original de estos platillos. Sin embargo, también se identificó un interés latente en conocer más sobre estos sabores y técnicas culinarias.

Dado lo anterior, se busca **analizar y resaltar** los procesos de hibridación y adaptación que han permitido la inserción de la gastronomía japonesa en la ciudad de Cali. A través de una estrategia de comunicación, se pretende evidenciar cómo la historia de la migración japonesa ha influido en la evolución y reinterpretación de sus platillos en el contexto caleño. Además, se busca generar un mayor entendimiento sobre la riqueza culinaria de Japón y la manera en que se ha fusionado con la tradición local, promoviendo así una visión más amplia y objetiva sobre la gastronomía japonesa en la región.

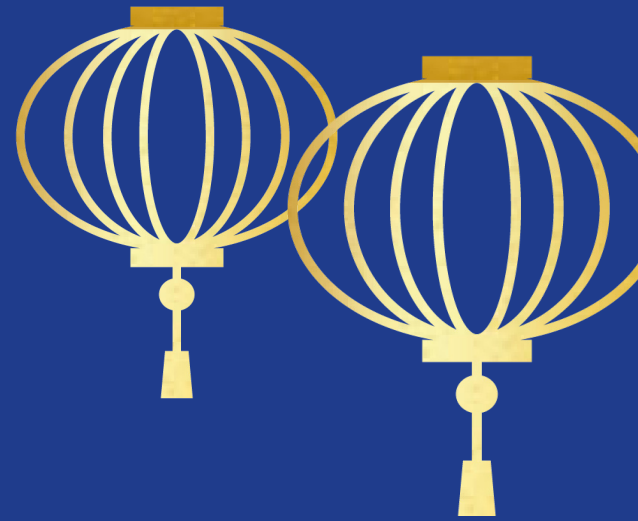




OBJETIVO GENERAL

Visibilizar los procesos de hibridación y adaptación de la gastronomía japonesa en la ciudad de Cali, a través de una estrategia de comunicación para el análisis histórico de la migración japonesa y el contexto sociocultural local.





OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. **Identificar** cuáles son los factores de la influencia histórica de la inmigración japonesa en Cali y su impacto en la difusión de la gastronomía nipona.
2. **Analizar** los procesos de hibridación cultural entre la gastronomía japonesa y la culinaria local de la ciudad de Cali.
3. **Diseñar** una estrategia de comunicación que resalte los procesos de hibridación y los nuevos sabores incorporados a la cocina japonesa.



DESCRIPCIÓN DEL USUARIO

Los estudiantes de la Escuela Gastronómica de Occidente (EGO) son jóvenes apasionados por la gastronomía, con edades entre 18 y 25 años, que comparten un interés común por aprender y desarrollar sus habilidades culinarias; tienen diversos niveles de conocimiento previo sobre cocina japonesa, estos estudiantes se caracterizan por su creatividad, curiosidad y disposición para el aprendizaje; valoran la calidad, autenticidad y diversidad cultural en la cocina. Suelen ser activos en redes sociales subiendo

fotografías de sus platillos, clases y salidas gastronómicas, y consumen contenido digital de consumidores de contenido gastronómico, con un estilo de vida enfocado en la cultura, los viajes y las tendencias actuales. Aportan al proyecto Meshiagare ideas frescas y creativas, participan activamente en las diferentes etapas y desarrollan habilidades en investigación, comunicación y trabajo en equipo, su conocimiento de la comunidad local es valioso para identificar canales de comunicación efectivos



ALEJANDRO ESPITIA
Estudiante de Gastronomía
EDAD 18
GENERO HOMBRE
NACIONALIDAD COLOMBIANO

ACERCA DE
Soy una persona muy activa en redes sociales, comparto fotos de mis clases de gastronomía, creaciones propias y experiencias gastronómicas. De igual forma participo en talleres y eventos culinarios para seguir aprendiendo y creciendo.

METAS

- Dominar las técnicas de la cocina japonesa y fusionarlas con su propio estilo.
- Aportar ideas innovadoras al medio gastronómico.
- Conectar con la comunidad local a través de la gastronomía.
- Convertirse en un referente de la gastronomía fusión.

HABILIDADES

Creatividad culinaria
Trabajo en equipo
Comunicación

PERSONALIDAD

Creativo
Curioso
Apasionado
Sociable

FRUSTRACIONES

- Sentir que no tiene suficiente tiempo para explorar todas sus ideas.
- Encontrar ingredientes auténticos y de calidad en su localidad.
- La presión de cumplir con las expectativas de su familia.

MARCAS FAVORITAS

 
by Colombia Chef



Los chefs de la Escuela Gastronómica de Occidente (EGO) son profesionales apasionados por la enseñanza y la innovación culinaria, con experiencia en diversas áreas de la gastronomía, incluyendo la cocina tradicional, la vanguardia gastronómica y la cocina internacional, con un enfoque especial en la gastronomía japonesa. Se caracterizan por su compromiso con la formación de nuevos talentos, fomentando la creación de nuevos platillos. Muchos de ellos tienen trayectoria en restaurantes reconocidos, han participado en competencias gastronómicas y continúan capacitándose para mantenerse al día con las tendencias globales. Son activos

en redes sociales, donde comparten recetas, técnicas y reflexiones sobre la industria gastronómica, y suelen colaborar en proyectos académicos y culturales. fotografías de sus platillos, clases y salidas gastronómicas, y consumen contenido digital de consumidores de contenido gastronómico, con un estilo de vida enfocado en la cultura, los viajes y las tendencias actuales. Aportan al proyecto Meshiagare ideas frescas y creativas, participan activamente en las diferentes etapas y desarrollan habilidades en investigación, comunicación y trabajo en equipo, su conocimiento de la comunidad local es valioso para identificar canales de comunicación efectivos



JULIO CESAR MARQUEZ
Chef y profesor de gastronomía
EDAD 35
GENERO HOMBRE
NACIONALIDAD COLOMBIANO

ACERCA DE
Soy un chef creativo, con una visión del mundo muy artística, especializado en cocina tradicional, vanguardia culinaria e internacional, con un enfoque especial en la gastronomía fusión.

METAS

- Formar nuevos talentos y transmitir conocimientos.
- Innovar en técnicas y tendencias culinarias.
- Mantener la autenticidad y calidad en la gastronomía.

MARCAS FAVORITAS

 
by Colombia Chef



PERSONALIDAD

Creativo ●●●●●●●●
Tradicional ●●●●●●●●
Apasionado ●●●●●●●●
Meticuloso ●●●●●●●●

FRUSTRACIONES

- Falta de tiempo para la experimentación.
- Limitaciones en la difusión del conocimiento gastronómico.

HABILIDADES

Creatividad culinaria 
Liderazgo 
Trabajo en equipo 
Comunicación efectiva 

EXPERTO ALIADO

La Escuela Gastronómica de Occidente – EGO Cali, es una institución de formación para el trabajo y el desarrollo humano fundada en junio de 2004 por la familia Tafur Molano y la participación de un experto en gastronomía el Chef Jorge Enrique Cárdenas, quienes uniendo conocimientos y esfuerzos estructuraron programas técnicos laborales, diplomados, seminarios, talleres y cursos cortos con alta calidad, siguiendo las tendencias que guían la gastronomía mundial, acorde con el rescate de nuestras raíces culinarias y de las recetas de antaño.

La Escuela Gastronómica de Occidente es una institución educativa líder en la formación de profesionales de la gastronomía en Cali. Su enfoque se centra en la enseñanza de técnicas culinarias, gestión de restaurantes y promoción de la cultura gastronómica. La EGO cuenta con un equipo de chefs, instructores e investigadores con amplia experiencia en gastronomía y cultura alimentaria, ellos pueden aportar información valiosa sobre la historia de la gastronomía japonesa en Cali, los procesos de hibridación culinaria y las tendencias actuales en la cocina local.

Fotografía tomada de la página oficial de la Escuela Gastronómica de Occidente





Julio Cesar Márquez es Cocinero y panadero con 10 años de experiencia en cocina y educación. Ha dedicado parte de su experiencia a la dirección de cocinas para servicios de alimentación en casinos y clínicas como Imbanaco, Occidente y Farallones. Actualmente profundiza en las disciplinas de conservación y fermentación de alimentos. Su experiencia en instituciones de renombre en Cali le brinda un profundo entendimiento de la gastronomía local, mientras que su especialización en conservación y fermentación, técnicas ampliamente utilizadas en la cocina japonesa, aporta conocimientos valiosos para la fusión de ingredientes colombianos con esta tradición culinaria. Adicionalmente su experiencia en educación facilita el diseño de talleres y charlas sobre la historia de la migración japonesa en Cali y su impacto en la gastronomía, y su conexión con la comunidad gastronómica local amplía la investigación y el alcance del proyecto.



METODOLOGÍA



La metodología que se implementó en el proyecto es el doble diamante desarrollado por el Design Council que se estructura en cuatro fases principales, representadas visualmente por dos diamantes consecutivos (Design Council, 2005).

Este enfoque permite una exploración sistemática tanto del problema como de la solución, utilizando diversos instrumentos en cada etapa para maximizar la efectividad del proceso de diseño (Yu & Sangiorgi, 2018). Cada diamante representa un proceso de pensamiento que va de lo amplio a lo específico (divergente) y luego se enfoca (convergente).

La metodología que se implementó en el proyecto es el doble diamante desarrollado por el Design Council que se estructura en cuatro fases principales, representadas visualmente por dos diamantes consecutivos (Design Council, 2005).

El primer diamante se centra en entender el problema:

Descubrir (pensamiento divergente): En esta fase inicial, se recopila información y se investiga el problema desde múltiples perspectivas.

Definir (pensamiento convergente): Se analiza la información recopilada para identificar el problema central que necesita resolverse.

El segundo diamante se enfoca en la solución:

Desarrollar (pensamiento divergente): Se generan múltiples ideas y posibles soluciones al problema definido.

Entregar (pensamiento convergente): Se seleccionan y refinan las mejores ideas para llegar a una solución final.

1 **DESCUBRIR (HAKKEN)**

Encuestas, entrevistas,
mapas de empatía

Objetivo 1

2 **DEFINIR (TEIGI)**

Matriz DOFA, customer Journey, análisis
de platos

Objetivo 1

3 **DESARROLLAR (KAIHATSU)**

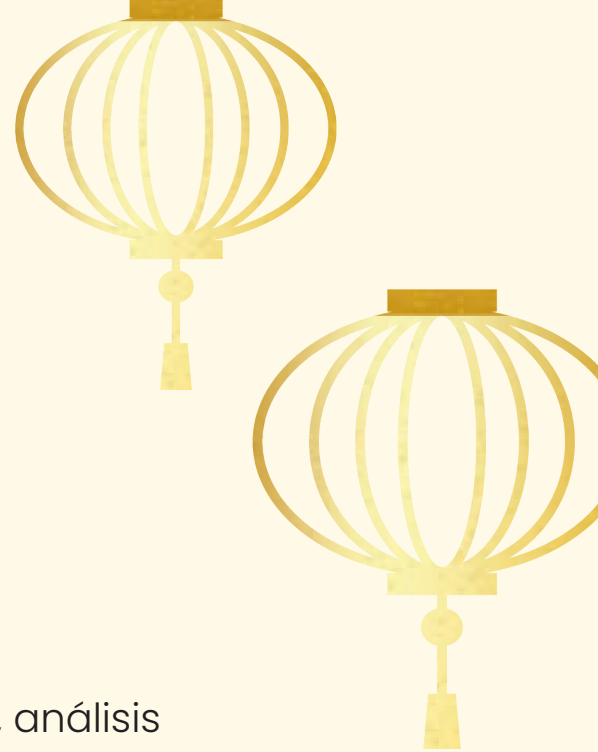
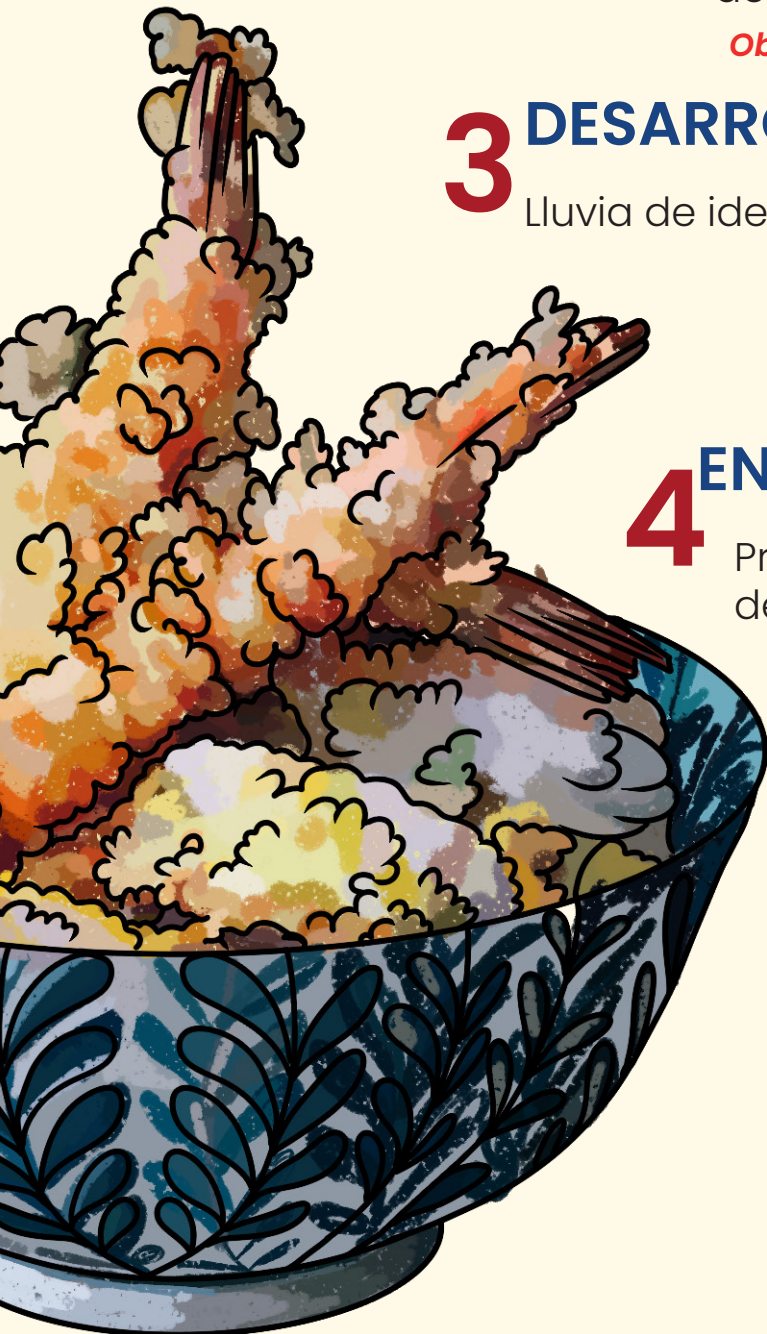
Lluvia de ideas, storyboards

Objetivo 2

4 **ENTREGAR (TODOKERU)**

Pruebas de usabilidad, matriz de
decisión

Objetivo 3




BENCHMARKING

Mis criterios son:

- Puesta en valor y reconocimiento
- Cultura: como resalta la cultura japonesa en Cali
- Productos japoneses: aprendizaje o contenidos desarrollados
- Experiencial y sensorial: la gastronomía en general es una experiencia que reúne todos los sentidos sensoriales.
- Comunicación: la comunicación

Se seleccionaron estos criterios, porque son factores que ayudarían a combatir las preconcepciones sobre la gastronomía japonesa en los caleños, adicionalmente dentro de la investigación de los mismos se encontró un patrón que se repiten dentro de los referentes seleccionados.

Referentes	1	2	3	4	5	Total
Miniso	4	3	2	5	5	19/25
Nintendo	4	4	4	5	5	22/25
Canon	4	4	4	4	4	20/25
Master Chef	4	4	3	4	3	18/25
Samurai Gourmet	4	4	3	3	4	19/25
Total	29/35	28/35	27/35	34/40	33/40	



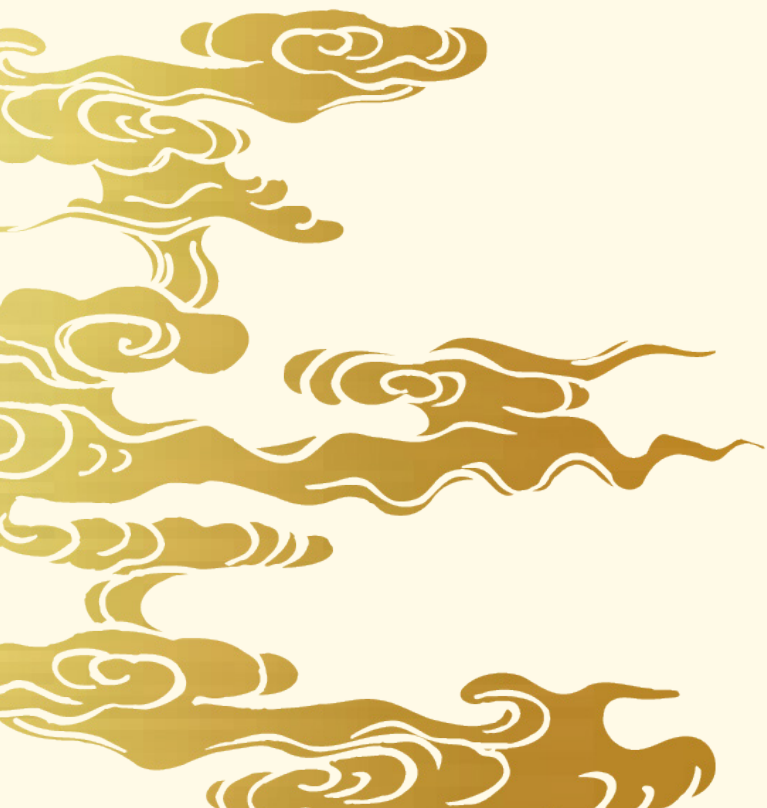
Referentes	1	2	3	4	5	Total
Miyavi	5	5	5	5	3	23/25
Colombo Japonés	4	5	5	4	5	23/25
Yasai	5	5	5	4	4	23/25
Best Choice	5	5	5	5	5	25/25
Deigo & Kaito	4	5	4	4	4	21/25
Bolichera 21	5	5	5	3	4	22/25
Hatsu	4	4	3	4	4	19/25
Total	34/40	37/40	35/40	34/40	33/40	

Dentro de este benchmarking se pudo encontrar que los criterios que más resaltan son la cultura japonesa en Cali y como esta se ha posicionado dentro de la ciudad y los productos japoneses, como por medio de este se han creados aprendizajes y se han desarrollado contenidos alrededor de los mismos. Adicionalmente, sobresalen 3 referentes sectoriales, Miyavi que es un restaurante japonés ubicado en el barrio Granada, el cual resalta, enaltece la gastronomía japonesa, Best Choice que es una multinacional que se dedica a la creación de productos japoneses tradicionales, como el arroz, las masas, los encurtidos entre otros.

El Colombo Japonés que es un instituto en donde se enseña la cultura japonesa, su idioma, tradiciones, música y gastronomía. Por último, se destacan referentes no sectoriales como Bolichera 21, que es un restaurante de comida japonesa, ubicado en México, el cual resalta porque es totalmente automatizado y todo su servicio es atendido por robots; Nintendo es otro referente no sectorial, es una empresa de entretenimiento dedicada a la investigación, desarrollo y distribución de software y hardware de videojuegos, y juegos de cartas, con sede en Kioto, Japón.

DESARROLLO DE LOS INSTRUMENTOS

Para el desarrollo de Meshiagare se aplicó la metodología del doble diamante, utilizando herramientas como entrevistas en profundidad, encuestas, mapas de empatía, matriz DOFA, Customer Journey, storyboards, pruebas de usabilidad y análisis comparativo de platos. Estas permitieron comprender los pre-conceptos sobre la gastronomía japonesa en Cali, identificar oportunidades de fusión cultural y validar la efectividad comunicativa, estética y pedagógica de los productos diseñados, fortaleciendo así la conexión entre diseño, tradición y experiencia de usuario.





ENTREVISTAS

En la fase de descubrimiento, se realizaron entrevistas en profundidad, encuestas y mapas de empatía que brindaron una comprensión profunda de los usuarios, sus percepciones y preconcepciones sobre la gastronomía japonesa.

Objetivo

Con el fin de profundizar en el fenómeno de **hibridación** entre la cocina japonesa y la caleña, se entrevistó al chef **Julio César Márquez**, cocinero de profesión y educador con más de cinco años de experiencia en la Escuela Gastronómica de Occidente.

Especialista en conservación de alimentos, Márquez ha trabajado de cerca con estudiantes, ingredientes locales y prácticas de cocina tradicional, lo que le permite tener una visión amplia sobre cómo se cruzan la cultura culinaria japonesa y la del Pacífico colombiano en contextos educativos y gastronómicos contemporáneos. Esta conversación fue clave para entender no solo las formas técnicas en que se da la fusión, sino también los retos culturales, pedagógicos y sociales que implica transmitir y aplicar este conocimiento.



Hallazgos

1.

La cocina japonesa en Cali ha sido influenciada especialmente por técnicas del ceviche y preparaciones como el sushi acebichado, resultado de una hibridación cultural con la cocina del Pacífico.

2.

Existe una oportunidad en la fermentación: mientras que la japonesa se enfoca en pescados y soya, la colombiana fermenta almidones y frutas. Esto abre la puerta a nuevas combinaciones gastronómicas.

3.

Los chefs y restaurantes locales tienen un rol crucial en educar al consumidor sobre la cocina japonesa auténtica y en promover una fusión con sentido.

4.

La enseñanza gastronómica debe empezar por lo tradicional para luego dar paso a la fusión. Primero se entiende, luego se transforma.

5.

Las redes sociales son el canal más efectivo para difundir conocimiento gastronómico, pero deben complementarse con experiencias físicas en espacios educativos y culturales.

6.

Los encuentros educativos con chefs invitados son estrategias exitosas para fomentar el aprendizaje colectivo y fortalecer la cultura culinaria en formación.

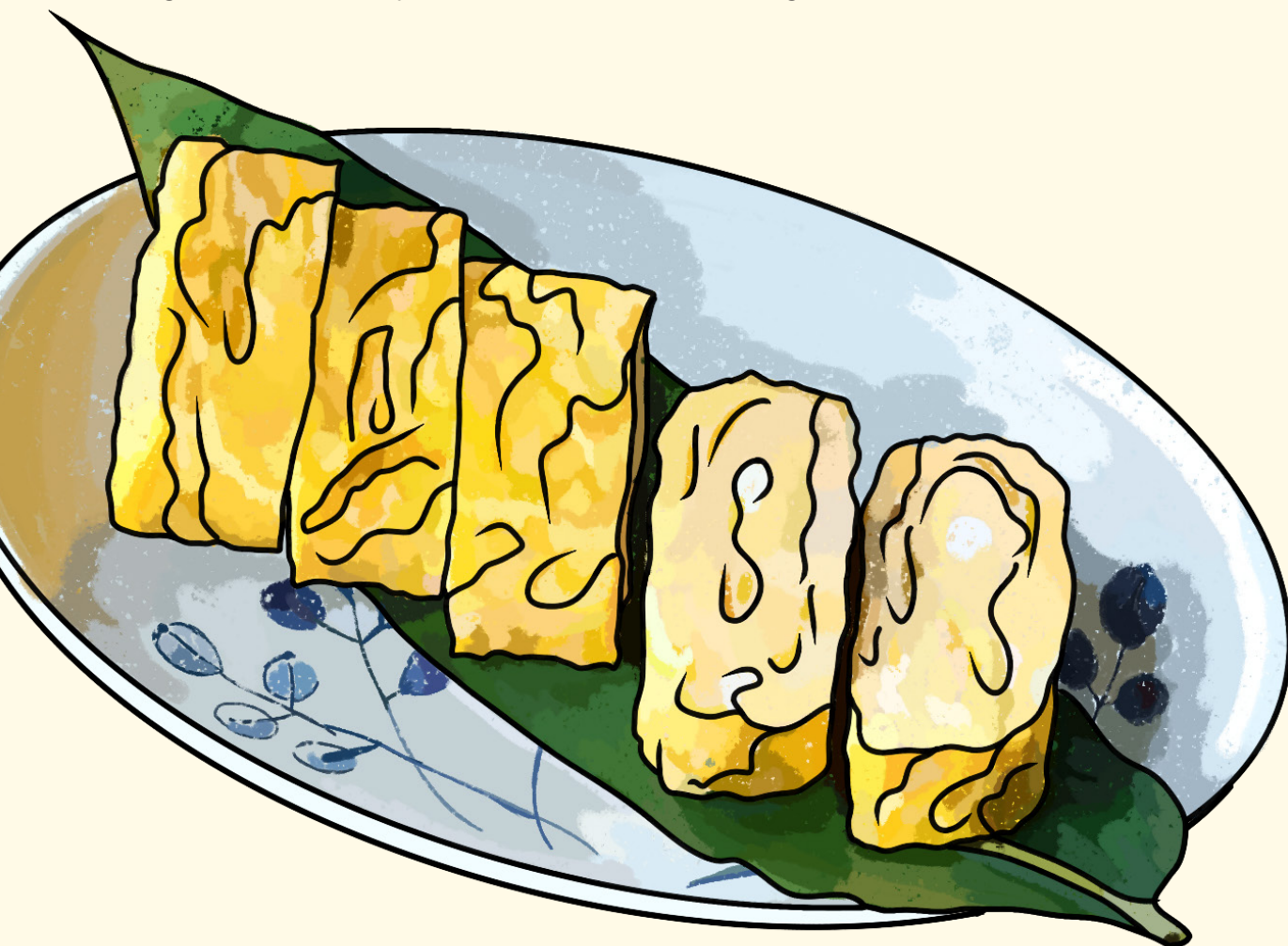


ENTREVISTA A JORGE TOMITA

Para profundizar en la **construcción identitaria** de la cocina fusión japonesa en contextos migrantes, se entrevistó al chef **Jorge Tomita**, cocinero peruano descendiente de japoneses, cuya trayectoria personal y profesional refleja el legado de la cocina Nikkei.

A través de memorias familiares, experiencias gastronómicas y reflexiones sobre el

mestizaje cultural, Tomita ofrece una mirada íntima y compleja sobre cómo la tradición japonesa y los ingredientes peruanos se han entrelazado durante más de un siglo. Esta conversación fue fundamental para comprender la cocina Nikkei no solo como una técnica o estilo, sino como un símbolo de pertenencia, adaptación y orgullo cultural.





Hallazgos

1.

La cocina Nikkei nació del ingenio de los primeros inmigrantes japoneses en Perú, quienes comenzaron a fusionar ingredientes locales con técnicas japonesas ante la escasez de productos tradicionales.

4.

La cocina Nikkei es una expresión cultural cargada de historia y pertenencia. Para Jorge, representó una respuesta emocional a su búsqueda de identidad como descendiente japonés en Perú.

2.

Los recuerdos familiares juegan un papel fundamental en la preservación y evolución de esta fusión: la historia de su obachan recolectando algas y mariscos marcó el inicio de una transformación culinaria desde las cocinas caseras.

5.

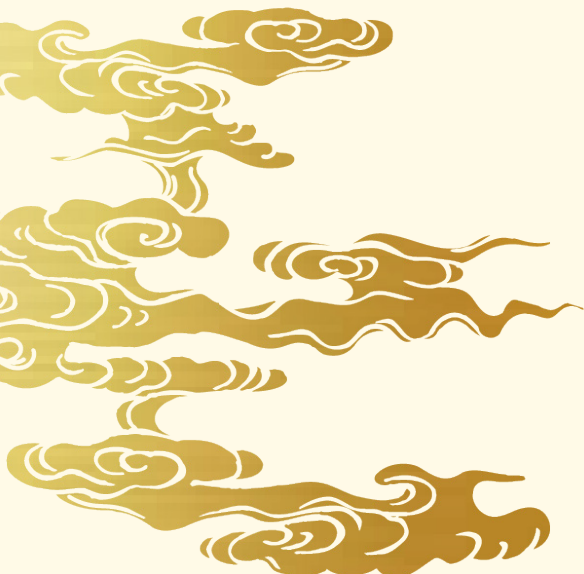
La cocina Nikkei se describe como una armonía de contrastes: la precisión de la gastronomía japonesa (música clásica) se fusiona con la intensidad de la cocina peruana (salsa dura), creando una propuesta única.

3.

Platos como el ceviche acebichado simbolizan una identidad híbrida: visualmente japonesa, pero con alma y sabor profundamente peruano.

6.

La consolidación de la cocina Nikkei como una vena de la gastronomía peruana implica nuevos retos: preservar el legado de generaciones, promover el orgullo por las raíces y proteger la biodiversidad y los productos locales.



ENCUESTAS

ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA GASTRONÓMICA DE OCCIDENTE

Con el propósito de explorar la relación entre formación académica, creatividad culinaria e identidad cultural, se aplicó una encuesta a los estudiantes de la Escuela Gastronómica de Occidente (EGO). Esta investigación permitió identificar el nivel de conocimiento y apropiación de la cocina japonesa en Cali, así como las formas en que los futuros chefs están experimentando con ingredientes

locales y técnicas japonesas para desarrollar propuestas innovadoras. Las respuestas reflejan una actitud abierta hacia la fusión gastronómica, una sensibilidad por mantener la esencia de la cocina japonesa y una disposición a utilizar los medios digitales y los eventos como plataformas para visibilizar estas hibridaciones.

Platos japoneses preferidos por los estudiantes

El sushi (**45,8 %**) y el ramen (**33,3 %**) dominan las preferencias, valorados por su sabor, presentación y versatilidad. También destacan opciones como la tempura y el yakisoba, aunque en menor medida.

Percepción de adaptación gastronómica

El **70,8 %** ha notado cambios y fusiones en los platos japoneses que se sirven en Cali, evidenciando un proceso activo de tropicalización y reinterpretación culinaria.

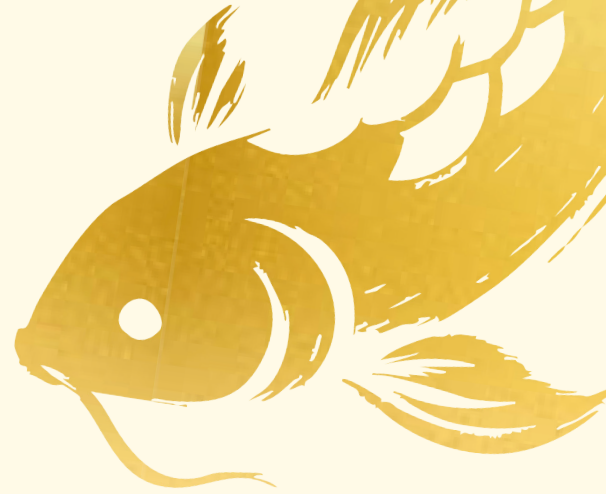
Ingredientes locales y fusiones creativas

Los estudiantes destacan la inclusión de aguacate, plátano maduro, chontaduro, maracuyá y queso costeño en preparaciones como rolls de sushi, nigiris y caldos tipo ramen, adaptando sabores tradicionales japoneses al paladar caleño.

Retos al adaptar la cocina japonesa

Los estudiantes enfatizan la importancia de mantener la autenticidad en técnicas e ingredientes, equilibrar innovación con respeto a la tradición y educar al consumidor para apreciar la cultura japonesa sin distorsionarla.

ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA GASTRONÓMICA DE OCCIDENTE



Con el fin de conocer cómo la población caleña percibe y consume la comida japonesa, se aplicó una encuesta a 37 personas no especializadas en gastronomía. Este instrumento permitió evidenciar el grado de apropiación cultural, la frecuencia de consumo y los ingredientes que los comensales identifican como parte de la oferta local de cocina japonesa. Los resultados revelan una

aceptación positiva de esta gastronomía, aunque marcada por una fuerte adaptación al gusto regional. Además, muestran el papel predominante de las redes sociales como canal de difusión, así como oportunidades para reforzar el conocimiento sobre la cocina japonesa tradicional.

Ingredientes locales más usados en la fusión

El plátano maduro (**62,2 %**) y el aguacate (**48,6 %**) encabezan la lista de ingredientes autóctonos integrados en la cocina japonesa local, seguidos por los pescados del Pacífico (**29,7 %**), reflejando una fuerte adaptación al sabor caleño.

Plato japonés favorito entre los encuestados

El sushi (**51,4 %**) es el más popular, seguido por el ramen (**24,3 %**). Esto sugiere que la visibilidad de la comida japonesa en Cali gira en torno a estos dos platos como referentes principales.

Percepción de sabor y autenticidad

La mayoría describe el sabor de la comida japonesa en Cali como “delicioso” o “rico”, aunque algunos mencionan que los platos están más condimentados o dulces, evidenciando una tropicalización del perfil de sabor original.

Autenticidad vs. adaptación

El **43,2 %** nota diferencias entre la comida japonesa de Cali y la original, citando elementos como el uso de salsas, exceso de ingredientes y métodos de preparación distintos. Esto sugiere una desconexión con la cocina tradicional japonesa y una preferencia por versiones más cargadas y tropicales.

ANÁLISIS DE PLATILLOS

SUSHI

Dentro del análisis de los platos tradicionales y adaptados tenemos el sushi en donde se evidencia una clara evolución en la forma en que este alimento japonés ha sido reinterpretado fuera de su contexto original. En cuanto a los ingredientes, el sushi tradicional utiliza pescados frescos como atún o salmón, mientras que la versión adaptada incorpora una mayor variedad de mariscos y, en ocasiones, ingredientes fritos o tropicales. Técnicamente, el sushi tradicional requiere un dominio preciso del corte (como

el sashimi), mientras que en el adaptado se flexibiliza esta exigencia, priorizando la fusión de sabores. El tiempo de cocción del arroz se mantiene similar, aunque en versiones adaptadas puede variar ligeramente según los métodos locales. Finalmente, la presentación del sushi tradicional se caracteriza por su elegancia minimalista y balance visual, en contraste con la versión adaptada que suele ser más colorida, cargada y llamativa, buscando captar la atención del comensal contemporáneo.

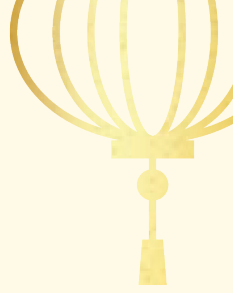
- 1. Ingredientes**
Tradicional: Uso de pescados frescos como atún, salmón o anguila. Ingredientes puros y de alta calidad.
Adaptado: Inclusión de mariscos empanizados, frutas tropicales y salsas adicionales. Se adapta a los gustos locales y a la disponibilidad de productos.

- 2. Técnica**
Tradicional: Requiere dominio del corte (como en el sashimi), precisión y conocimiento profundo de la cocina japonesa.
Adaptado: Mayor flexibilidad técnica. Se relajan las exigencias profesionales, permitiendo que más cocineros sin formación japonesa participen en su preparación.

- 3. Tiempo de cocción**
Tradicional y adaptado: El arroz mantiene un tiempo similar de cocción (20-30 min + reposo), aunque pueden variar algunos detalles según los recursos y técnicas empleadas localmente.

- 4. Presentación**
Tradicional: Estética minimalista, elegante y visualmente balanceada. Cada elemento tiene un propósito visual y simbólico.
Adaptado: Presentación más colorida, recargada y llamativa. Se busca atraer al comensal con una experiencia visual intensa y "atractiva" para redes sociales.

RAMEN



El ramen, uno de los platos más representativos de la gastronomía japonesa, ha sido objeto de múltiples reinterpretaciones fuera de su contexto original. Su paso por diferentes culturas ha dado lugar a versiones adaptadas que, si bien conservan elementos clave, transforman profundamente su preparación, ingredientes y presentación.

Este análisis comparativo entre el ramen tradicional y el adaptado permite eviden-

ciar no solo las diferencias técnicas y estéticas entre ambas versiones, sino también el proceso de hibridación cultural que ocurre al integrar este plato en contextos como el caleño. A través de esta transformación, el ramen se resignifica, adaptándose a nuevos tiempos, paladares y dinámicas sociales sin perder del todo su esencia

1. *Ingredientes*

Tradicional: Caldo elaborado con huesos, vegetales, algas y otros ingredientes cocinados durante horas o incluso días. Alta complejidad de sabor.

Adaptado: Caldos más simples y rápidos, a menudo a base de cubos, sopas instantáneas o mezclas reducidas, adaptadas a los recursos y tiempos disponibles.

2. *Técnica*

Tradicional: Preparación lenta y meticulosa. El caldo puede tardar más de 12 horas y se cuidan detalles como el equilibrio de umami, textura de los fideos y toppings.

Adaptado: Simplificación del proceso. Se reduce el tiempo y nivel técnico, haciendo más accesible su preparación para restaurantes rápidos o cocinas caseras.

3. *Tiempo de cocción*

Tradicional: Caldo cocinado entre 12 y 24 horas, especialmente en variantes como el tonkotsu. Cada componente se cocina por separado y con precisión.

Adaptado: Preparaciones más veloces (en minutos o pocas horas), sacrificando profundidad de sabor por practicidad y rapidez.

4. *Presentación*

Tradicional: Armónica, equilibrada y estéticamente cuidada. Cada topping (huevo, alga, cerdo, cebolla) tiene un lugar específico y aporta sabor y textura.

Adaptado: Puede ser más desordenado o informal. Se centra más en el impacto visual o en la comodidad que en el simbolismo de cada ingrediente.

YAKISOBA

El yakisoba, plato callejero emblemático de la cocina japonesa, ha sido ampliamente adaptado en distintos contextos culturales, lo que ha generado versiones más accesibles y cercanas a los gustos locales. Su esencia, basada en fideos salteados con vegetales y salsas, se mantiene, pero sus ingredientes, técnicas de preparación y presentación se transforman notablemente al salir de Japón. Este análisis entre el yakisoba tradicional y su versión adapta-

da permite comprender cómo este plato evoluciona en lugares como Cali, donde se reconfigura a partir de los recursos disponibles, los hábitos alimentarios y las influencias propias del entorno. A través de esta comparación, se revela una vez más el fenómeno de la hibridación culinaria, en el que lo local y lo global se entrelazan para dar lugar a nuevas expresiones gastronómicas.

1. *Ingredientes*

Tradicional: Uso de fideos chūkamen (de trigo), vegetales frescos como repollo y zanahoria, carne de cerdo o mariscos, y salsa yakisoba específica.

Adaptado: Empleo de fideos precocidos o instantáneos, vegetales más económicos o comunes localmente, proteínas variadas (pollo, salchicha, carne molida), y salsas comerciales o fusionadas (como salsa BBQ o soya dulce).

2. *Técnica*

Tradicional: Salteado rápido en plancha caliente (teppan), buscando mantener texturas crujientes y un equilibrio entre los ingredientes.

Adaptado: Cocción en sartén común o incluso microondas. Técnica más simple, que facilita su preparación en hogares, locales pequeños o food trucks.

3. *Tiempo de cocción*

Tradicional: Preparación eficiente pero cuidadosa; toma entre 10 y 15 minutos para lograr la textura y mezcla adecuada de sabores.

Adaptado: Tiempo aún más reducido por el uso de productos precocidos, que priorizan la rapidez y la facilidad sobre la técnica.

4. *Presentación*

Tradicional: Servido de manera ordenada y sencilla directamente desde la plancha, a veces acompañado de jengibre encurtido o alga nori.

Adaptado: Presentación más casual e improvisada, con porciones abundantes, a menudo acompañadas de toppings populares o salsas extra al gusto del consumidor.

TEMPURA

El tempura, ícono de la cocina japonesa por su técnica depurada y sabor ligero, ha sido reinterpretado en diversos contextos culturales a partir de la disponibilidad de ingredientes, habilidades técnicas y preferencias sensoriales locales. Este análisis

comparativo entre la versión tradicional japonesa y sus adaptaciones en Cali permite comprender cómo el plato se transforma fuera de su origen, dando lugar a nuevas expresiones gastronómicas que combinan autenticidad y apropiación cultural.

1. **Ingredientes**

Tradicional: Uso de vegetales como berenjena, calabaza kabocha, camote y mariscos como langostino o camarón japonés. Se emplea harina especial de tempura y agua fría para lograr una masa ligera.

Adaptado: Se sustituyen ingredientes por productos locales como plátano, yuca, cebolla larga o camarón del Pacífico. Se usan harinas convencionales y en algunos casos se incorpora pan rallado para darle más textura.

2. **Técnica**

Tradicional: Fritura rápida en aceite muy caliente, con una mezcla fría, sin sobrebatir. Se busca lograr una cobertura crujiente, aireada y liviana.

Adaptado: La mezcla es más espesa o tibia, y la fritura suele ser más prolongada. Esto produce una textura más pesada y crocante, similar a empanizados occidentales.

3. **Tiempo de cocción**

Tradicional: Cocción rápida, de pocos segundos a 2 minutos por ingrediente. Se privilegia la precisión para evitar absorber demasiado aceite.

Adaptado: Se extiende el tiempo de cocción, generando una fritura más dorada y firme. La técnica responde a equipos domésticos o improvisados.

4. **Presentación**

Tradicional: Se sirve con daikon rallado y salsa tentsuyu. Presentación sobria, con disposición simétrica que resalta la estética japonesa.

Adaptado: Se ofrece con mayonesa, salsas dulces o sin acompañamiento. Es frecuente en menús de fusión o como snack, con una estética más informal y comercial.

Este proyecto de investigación ha revelado que la gastronomía japonesa en Cali es un fenómeno complejo y dinámico, marcado por procesos de hibridación y adaptación que desafían las barreras históricas y culturales. A pesar de la limitada migración japonesa y el aislamiento histórico de Japón; la globalización ha facilitado la introducción y adaptación de la cocina japonesa en la ciudad. Los resultados de las encuestas poblacional y sectorial confirman que existe una aceptación favorable de esta gastronomía, con una clara identificación de la fusión entre ingredientes locales y técnicas japonesas. La población general valora positivamente el “toque caleño” en los platos japoneses, destacando el uso de ingredientes autóctonos como el plátano maduro y el aguacate. Sin embargo, el consumo es mayormente ocasional, lo que sugiere la necesidad de mejorar la accesibilidad y la promoción. Por otro lado, los estudiantes de la EGO muestran un profundo interés en mantener la autenticidad de las técnicas e ingredientes japoneses, al tiempo que exploran la integración de sabores locales. Este enfoque refleja un deseo de innovar y diversificar la oferta gastronómica, creando

nuevas experiencias culinarias que respeten la tradición japonesa y se adapten al paladar caleño.

En los insights más relevantes de las herramientas utilizadas se resalta que se puede incluir el uso de plataformas digitales y la creación de productos digitales y eventos prácticos, buscando abordar los preconceptos existentes y promover un mayor entendimiento de la cultura culinaria japonesa. Al hacerlo, se espera fortalecer la presencia de la cocina japonesa en Cali y fomentar una mayor conexión entre la cultura japonesa y la comunidad caleña.

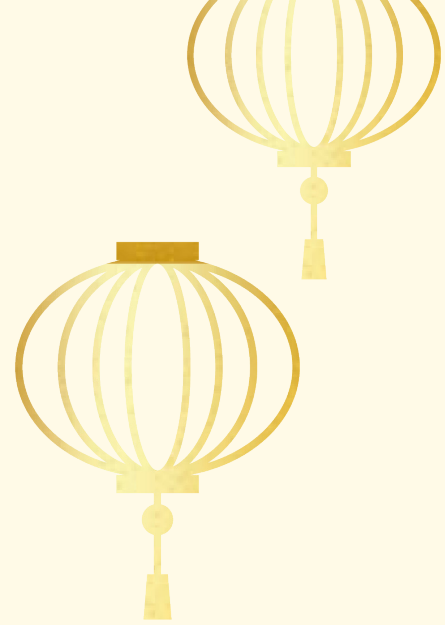
Para concluir, este proyecto de investigación contribuye a la comprensión de cómo las culturas pueden interactuar y fusionarse en un contexto globalizado, enriqueciendo la diversidad culinaria y promoviendo el respeto por diferentes tradiciones gastronómicas. Los hallazgos obtenidos proporcionan una base sólida para desarrollar propuestas de diseño y productos que resuelvan la problemática identificada, cumpliendo así con los objetivos específicos y generales planteados y a través de esto se realizó la tabla de requerimientos de diseño, propuesta a continuación.

CONCLUSIONES D



E INVESTIGACIÓN

REQUERIMIENTOS DE DISEÑO



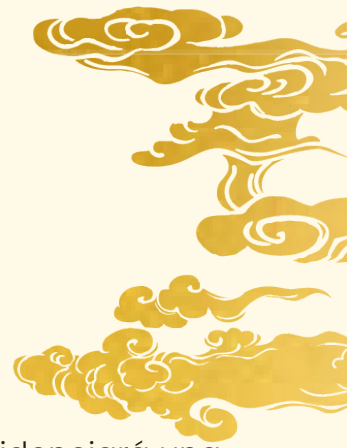
Necesidad	Requerimiento	Tipo	Deseo/Obligación	Descripción
Es necesario dar a conocer los diferentes platos de la gastronomía japonesa y su proceso de elaboración	Storytelling	F-O	O	Ilustración, infografía, revistas, páginas web, videos.
Es necesario que se eduque sobre la comida tradicional japonesa para lograr los procesos de hibridación	Lenguaje claro y sencillo	E-O	O	Textos cortos o medianos, con un tono de comunicación, amigable y cercano. Diseño de información y buena composición.
Es necesario que se enseñe sobre lo que se consume en la gastronomía japonesa	Lenguaje gráfico llamativo	F-O	D	Formatos como video, ilustración, infografía, guías.
Es necesario que la gráfica refleje el balance que se logra en la gastronomía japonesa	Identidad visual	E-O	D	Elementos característicos de la cultura japonesa. Colores, tipografía, elementos gráficos, ilustración.
Es necesario utilizar diferentes canales de comunicación	Plataformas digitales y físicas	O	T-P	Plataformas físicas y digitales (plegables, folletos, revistas, videos, página web)
Es necesario generar experiencia de usuario	Usabilidad	F-O	D	Diseño de experiencia interactividad e interacción de usuario y el producto
Es necesario que el producto presente información sobre los diferentes eventos de gastronomía japonesa	Storytelling	F-O	D	Elementos característicos de la cultura japonesa. Colores, tipografía, elementos gráficos, ilustración.
Es necesario dar a conocer los elementos que reflejan la fusión entre la gastronomía japonesa tradicional y las adaptaciones	Identidad Visual	E-C	O	Elementos característicos de la cultura japonesa. Colores, tipografía, elementos gráficos, ilustración. Formatos como video, ilustración, infografía, guías.
Es necesario que el producto refleje la innovación y creatividad entre la fusión de la gastronomía japonesa tradicional y la tropicalidad de Cali	Identidad Visual	E-C	O	Diseño de experiencia.

Dentro de los aspectos cruciales de Meshiagare la tabla de requerimientos nos resalta que es importante priorizar la identidad visual y gráfica. El impacto visual será fundamental para el éxito del proyecto, utilizando una paleta de colores, tipografías, gráficos e ilustraciones que transmitirán la esencia de la gastronomía y la rica fusión cultural. La necesidad de un “lenguaje gráfico llamativo” subrayará la vital importancia de la estética para captar y retener la atención del público.

Además, el proyecto reconocerá la multicanalidad y la experiencia del usuario. No se limitará a un único medio, sino que contemplará tanto plataformas digitales (web, redes sociales) como físicas (folletos, revistas). La inclusión de la “usabilidad” y el “di-

seño de experiencia” (UX) evidenciará una profunda preocupación por la interacción del usuario con el contenido y el producto, buscando crear una conexión memorable y fluida.

Finalmente, la tabla enfatizará la relevancia de la fusión cultural. La mención explícita de “la fusión entre la gastronomía japonesa tradicional y la tropicalidad de Cali” indicará que el proyecto no solo procurará preservar la autenticidad japonesa, sino que también explorará y celebrará la innovación y la creatividad que surgen de la combinación con sabores y elementos locales. Esto sugerirá un enfoque en la singularidad y el valor añadido que esta fusión podrá ofrecer al mercado.



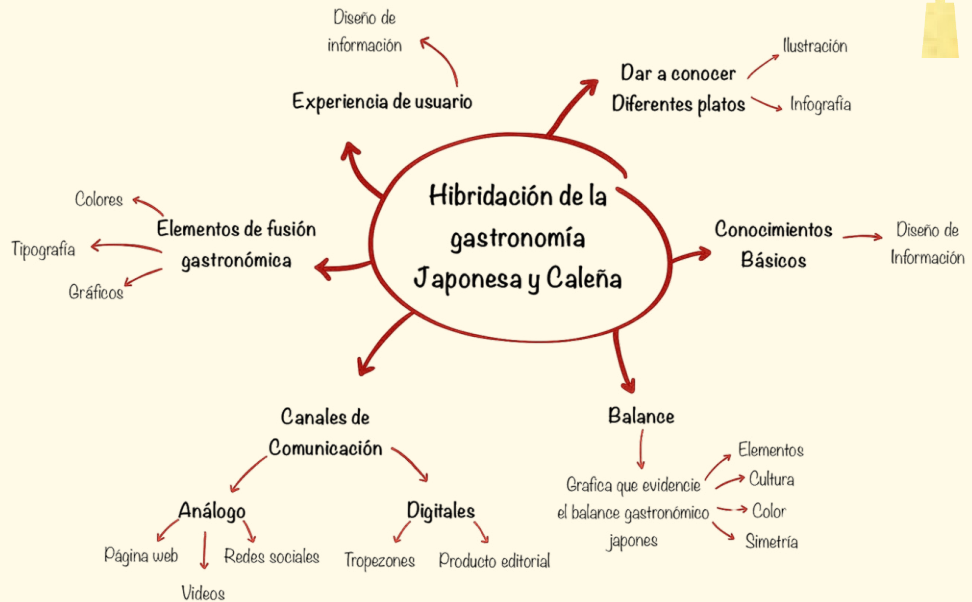
PROPUESTA DE PRODUCTO



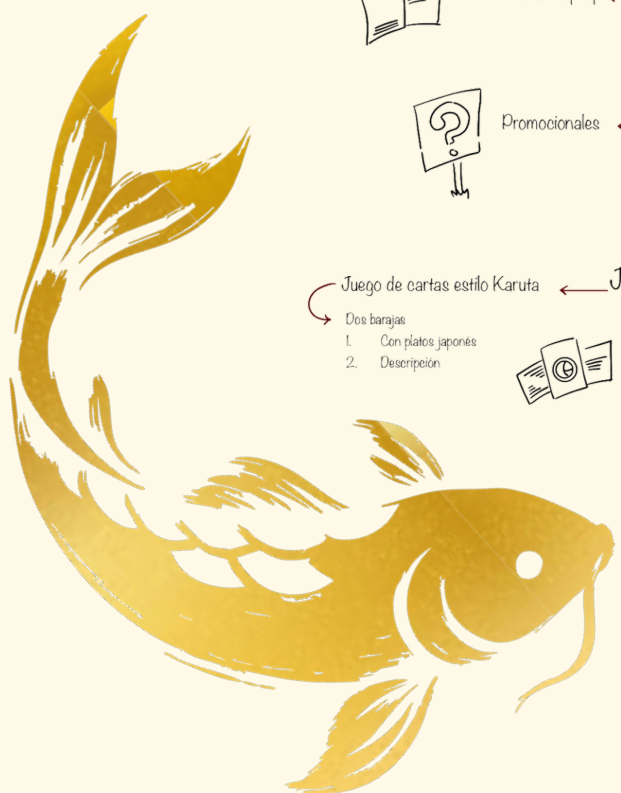
La fase de iniciación del proyecto parte de una exploración conceptual en torno a la hibridación gastronómica entre la cocina japonesa y cañeña. A través de una lluvia de ideas, se definieron los ejes fundamentales del producto: dar a conocer diferentes platos fusionados, transmitir conocimientos básicos sobre ambas culturas culinarias, y crear una experiencia de usuario atractiva mediante diseño de información. Desde el inicio, se estableció una dualidad en los canales de comunicación, dividiéndolos en medios análogos y digitales. En el ámbito análogo se propusieron un libro estilo pop-up, carteles promocionales y un juego de experiencia tipo Karuta japonés. En lo digital, la propuesta incluye una página web, una revista digital, videos y redes sociales como medios promocionales e informativos. Esta estructura multicanal busca generar un equilibrio visual y conceptual que evidencie tanto los elementos culturales como la fusión gastronómica, integrando tipografía, color y gráficos como componentes clave del diseño.



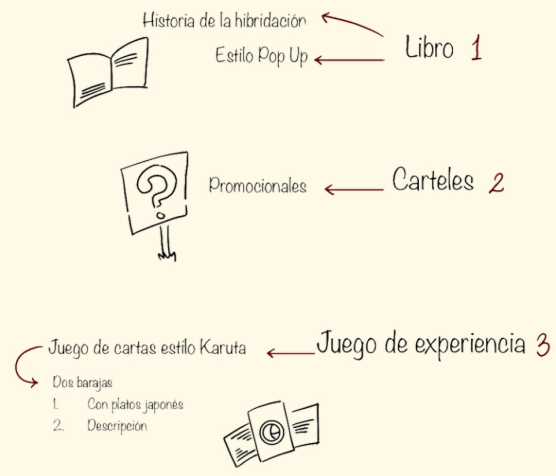
Lluvia de ideas



Lluvia De Ideas Del Primer Acercamiento Al Producto




Análogo



Digital



Definición Del Producto En Análogo Y Digital



El producto final es una propuesta multiformato que combina elementos análogos y digitales para comunicar la hibridación de la gastronomía japonesa y caleña, teniendo como eje central el juego de experiencia Karumi. Este surge a partir de un proceso sistemático de conceptualización y diseño, en el que se exploraron referentes visuales, culturales y gastronómicos. Inicialmente, se desarrollaron bocetos manuales que dieron forma al estilo visual y a la mecánica del juego tipo Karuta, que incluye dos barajas: una con imágenes de platos híbridos y otra con sus respectivas descripciones. Posteriormente, se realizaron prototipos en papel que fueron testeados con estudiantes y chefs de la Escuela Gastronómica de Occidente, lo cual permitió ajustar tanto la usabilidad como la claridad de la información.

SISTEMA PRODUCTO





IDENTIDAD VISUAL

Para todos los productos de Meshiagare, se definió una identidad visual inspirada en la elegancia sencilla, la tradición y el mestizaje cultural entre Japón y Colombia. Esta identidad resalta valores como lo artesanal, lo simbólico y lo memorable, apelando a una estética sobria, amigable y al mismo tiempo sofisticada.



La paleta de colores de Meshiagare está compuesta por un **azul profundo** (#283888) que transmite confianza, serenidad y profesionalismo; un amarillo **dorado** (#FFD700) que evoca calidez, alegría y valor artesanal; y un **rojo** carmesí (#9c2a21) que representa pasión, energía y vitalidad. Esta combinación busca generar una conexión emocional con el público, equilibrando tradición y modernidad, y reflejando el espíritu acogedor y auténtico de una cocina que fusiona lo japonés con lo local.

POPPINS

Diseñada por Indian Type Foundry

Variables: ExtraLight Italic, Regular, SemiBold
Usada para títulos, subtítulos y cuerpos de texto.

THE LAST SHURIKEN

Diseñada por Ahmad Ramzi Fahrudin

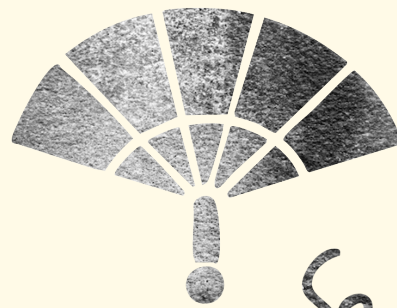
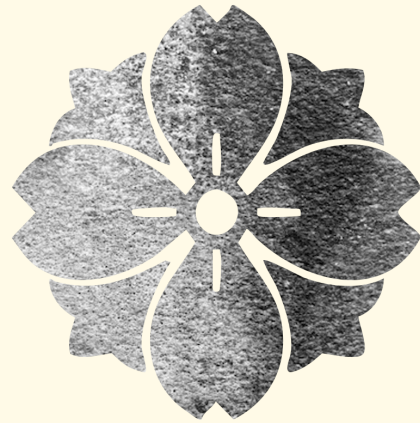
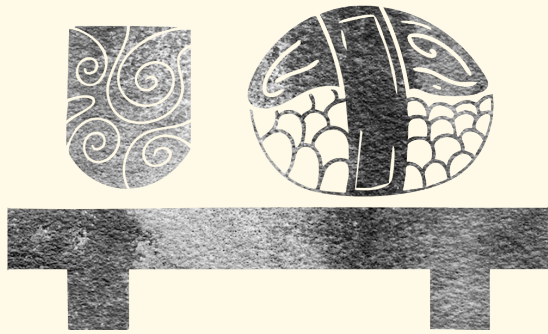
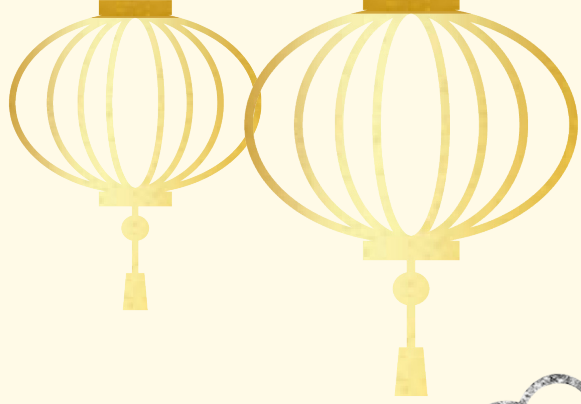
ELEMENTOS VISUALES

Para la identidad de marca se desarrollaron elementos visuales que refuerzan los conceptos clave del proyecto. Estos se organizan en tres momentos:

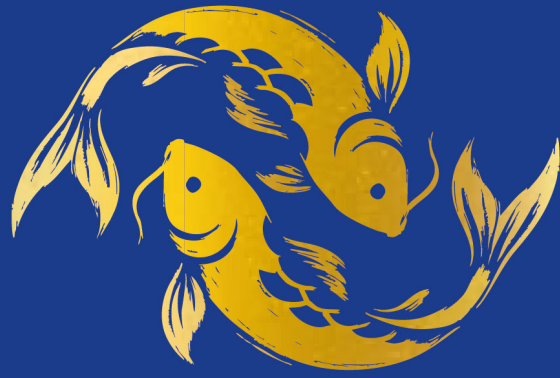
Momento 1: Análisis simbólico del pez koi como metáfora de la perseverancia y la abundancia. Se redibujó para integrarlo a una narrativa visual con base en la estética del grabado japonés.

Momento 2: Exploración de formas inspiradas en patrones de textiles tradicionales y ornamentos de vajillas antiguas, que fueron reinterpretados para lograr una gráfica funcional y adaptable.

Momento 3: Aplicación digital de la identidad en productos impresos y digitales, como etiquetas, empaques y piezas digitales.



Bocetos Realizados Durante El Desarrollo Del Sistema Producto



MESHIAGARE

Buen Provecho



#FFD700

#9c2a21

#283888

POPPINS

Aa SemiBold **Aa** Regular

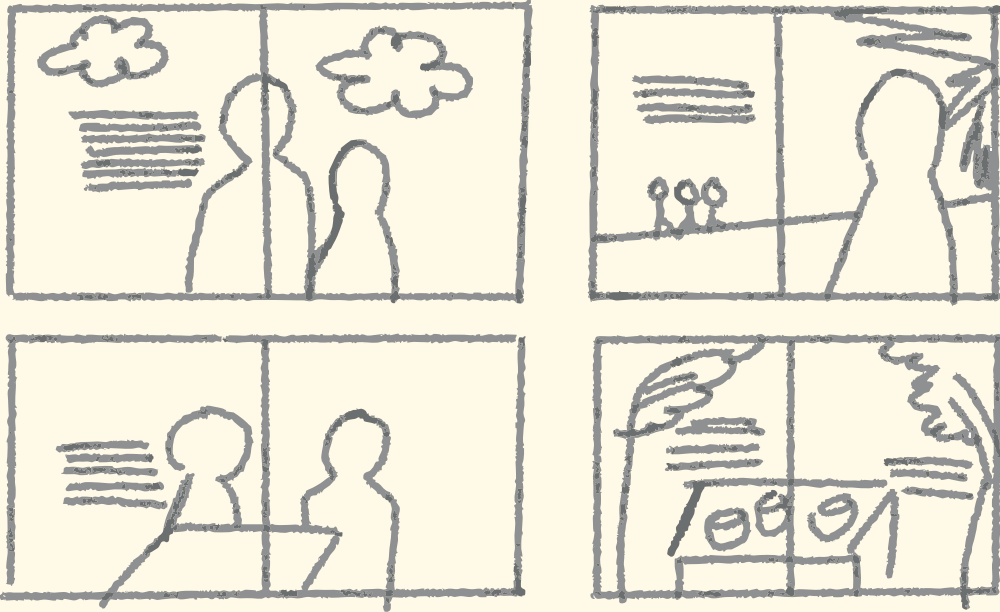
Aa ExtraLight Italic



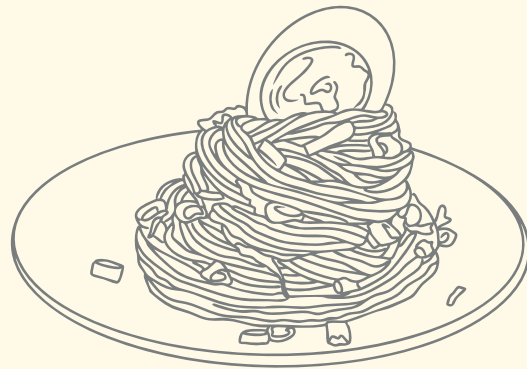
10X



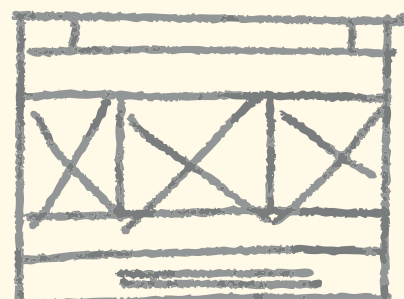
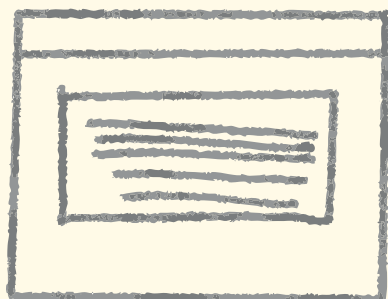
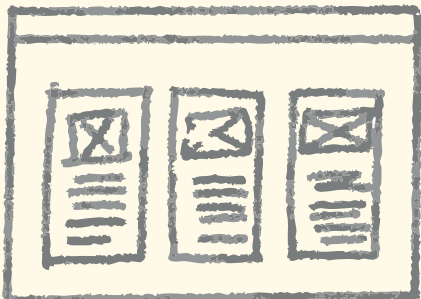
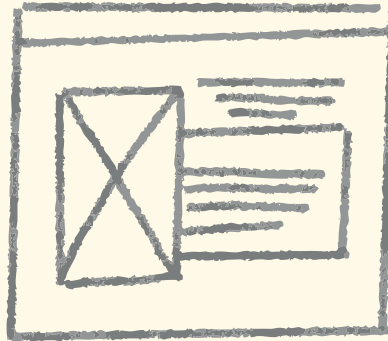
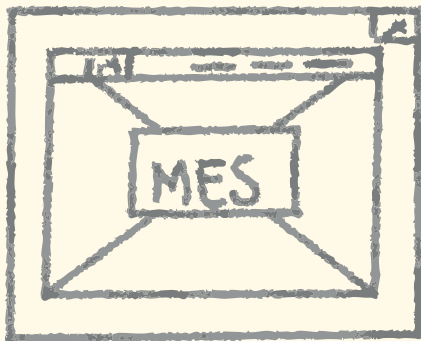
6X



Bocetos iniciales del Libro



Bocetos iniciales de las cartas de karumi



Wireframe de la página web

JUEGO

Karumi es un juego de cartas inspirado en el tradicional Karuta japonés, diseñado para enseñar de manera lúdica la fusión gastronómica entre Japón y Cali. Consta de dos barajas: una con ilustraciones de platos híbridos y otra con descripciones relacionadas. El proceso de diseño incluyó bocetos iniciales, exploración gráfica de los alimentos y desarrollo de la mecánica del juego, integrando elementos visuales que reflejan ambas culturas. Este producto busca facilitar el aprendizaje a través del juego, promoviendo una experiencia dinámica y entretenida.



Empaque



Cartas



Manual



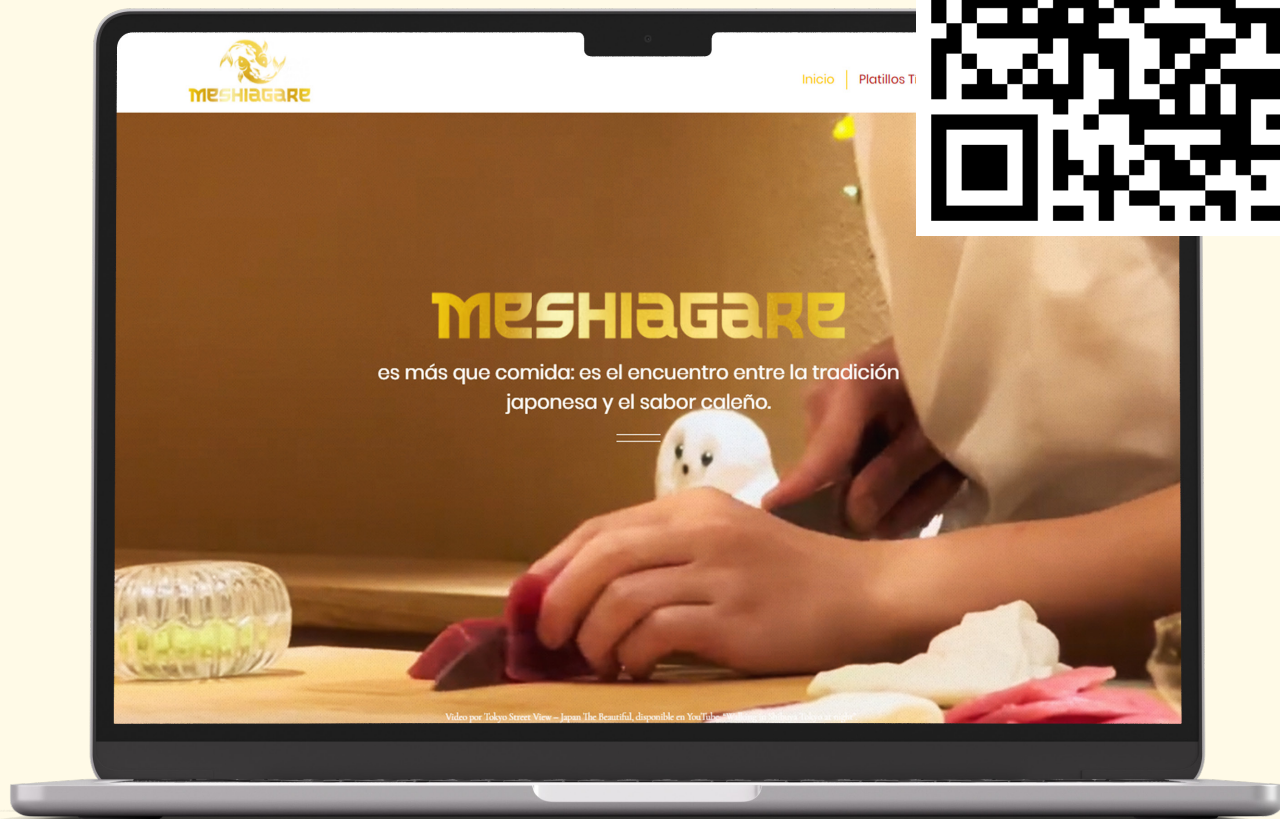


LIBRO

Este libro ilustrado narra, a través de una historia narrativa, la llegada de la comunidad japonesa a Cali, Colombia, y su integración cultural, especialmente en el ámbito gastronómico. El enfoque visual se desarrolló mediante ilustraciones elaboradas por capas, en un proceso creativo que tomó como bases hechos históricos y elementos culturales reales. La composición gráfica busca complementar el relato, generando una experiencia de lectura envolvente que combina el valor educativo con una estética cuidada. Este recurso permite al lector comprender el contexto de la hibridación culinaria desde una mirada sensible y visualmente atractiva.

PÁGINA WEB

La página web es el eje digital del proyecto, diseñada para integrar todos los contenidos desarrollados: el juego Karumi, el libro ilustrado, la revista digital y piezas audiovisuales. También ofrece una sección informativa que contextualiza la hibridación gastronómica y explica el origen y propósito del proyecto. Su estructura fue diseñada para ofrecer una navegación clara, con una identidad visual coherente y elementos gráficos que reflejan la unión cultural entre Japón y Cali.



PRUEBA DE USUARIO


Durante el proceso de validación con los estudiantes y profesores de la Escuela Gastronómica de Occidente se evaluó la eficacia comunicativa, estética y funcional de los componentes desarrollados: el juego Karumi, el libro ilustrado, la revista digital y la página web. Esta interacción directa con el público objetivo permitió identificar fortalezas y oportunidades de mejora a partir de la experiencia real de uso. Entre los aspectos positivos, se destacó el atractivo visual de las ilustraciones en todos los formatos, así como la aceptación del empaque del juego Karumi. La narrativa resultó envolvente en el libro ilustrado, y la página web fue valorada por su buena navegación y estructura clara.

En la prueba de usuario se validaron primero la estética y la funcionalidad de cada componente. En el caso del juego Karumi, se comprobó que la información contenida era clara, aunque surgió la necesidad de incluir un empaque interno para proteger adecuadamente las cartas. También se propuso ajustar la paleta de colores de la página web, especialmente reduciendo la cantidad de fucsia, con el fin de mejorar la armonía visual. Finalmente, se recomendó desarrollar una estrategia de redes sociales alineada con la identidad visual y narrativa de la marca.





Fotografía tomada por Luisa Prieto

The page is decorated with stylized, golden-yellow clouds of various shapes and sizes, scattered across the background. The clouds have a traditional, swirling, and layered appearance, reminiscent of Japanese or Chinese ink wash art. They are positioned around the text blocks, with some larger clouds framing the top and bottom edges.

El proyecto Meshiagare constituye una apuesta interdisciplinaria por visibilizar los procesos de hibridación y adaptación de la gastronomía japonesa en Cali, desde una mirada crítica, histórica y comunicativa. A través de una estrategia de diseño fundamentada en el modelo del doble diamante, se logró identificar y analizar los preconceptos, barreras culturales y oportunidades de integración culinaria que surgen en el contexto local.

La investigación evidenció cómo, a pesar de la baja migración japonesa a Colombia, la globalización y el interés creciente por la diversidad cultural han propiciado la apropiación de esta gastronomía, resignificada a través del uso de ingredientes autóctonos y la reinterpretación de técnicas tradicionales.

Los productos desarrollados como el juego Karumi, el libro ilustrado, la revista digital y la página web no solo funcionan como herramientas pedagógicas y sensoriales, sino también como medios para generar diálogo intercultural y fomentar el respeto por otras tradiciones culinarias. Meshiagare demuestra que el diseño de la comunicación visual puede ser un agente activo en la transformación cultural, contribuyendo al reconocimiento de identidades híbridas y al fortalecimiento del patrimonio gastronómico local.

CONCLUS

1. *Meshiagare* evidencia cómo el diseño de la comunicación visual puede convertirse en una herramienta efectiva para derribar preconceptos culturales. A través de productos editoriales, lúdicos y digitales, se logró conectar a la comunidad caleña con la riqueza de la gastronomía japonesa, destacando los procesos de hibridación que han dado lugar a una identidad culinaria local reinterpretada.

2. El diseño no solo cumplió un rol estético, sino también **investigativo, educativo y cultural**. La metodología del doble diamante permitió identificar necesidades reales y transformarlas en soluciones tangibles que integran tradición, innovación y experiencia de usuario. La participación activa de estudiantes, chefs y consumidores fortaleció la validación de los prototipos.

3. Este proyecto **contribuye** al reconocimiento de la diversidad gastronómica como un valor patrimonial, y plantea un modelo replicable para otras culturas culinarias presentes en la ciudad. Además, promueve la empatía, el conocimiento y el respeto por lo diferente a través de estrategias visuales, narrativas y sensoriales.

RECOMENDACIONES

Se recomienda continuar fortaleciendo alianzas con instituciones culturales y gastronómicas para ampliar el alcance del proyecto; fomentar la creación de contenido digital actualizado que mantenga el interés de la comunidad; considerar la inclusión de nuevos públicos como niños o adultos mayores en los productos; gestionar la participación de Meshiagare en espacios académicos y culturales nacionales e internacionales; y proyectar su expansión a otras ciudades con dinámicas similares de hibridación culinaria, garantizando siempre la calidad gráfica, narrativa y experiencial del diseño.



IÓN

REFERENCIAS

Allen, K. (2019, marzo 26). Why eating meat was banned in japan for centuries. Atlas Obscura. <https://www.atlasobscura.com/articles/japan-meat-ban>

Andrea. (2016, abril 7). Comidas Japonesas de no perderte ¡incluyendo la mejor carne del mundo! Colombian Abroad. <https://colombianabroad.com/comidas-japonesas-no-perderte-mejor-carne-del-mundo/>

Aragón, A. G. (2016) Japón y “Occidente” El patrimonio cultural como punto de encuentro. Aconcagua Libros.

Avey, T. (2012, septiembre 5). History of sushi. PBS Food. <https://www.pbs.org/food/the-history-kitchen/history-of-sushi/>

Cárdenas, C. D. (2018). Presencia gastronómica japonesa en Colombia: interacción y retroalimentación de dos cocinas diversas, tomando como referentes Bucaramanga y Bogotá. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12749/11878>

Cotton, B. L. (2022). La identidad japonesa en la literatura latinoamericana (Doctoral dissertation, Middlebury).

Cultura Gastronómica Japonesa (2006). Jappan Facct Sheet. https://web-japan.org/factsheet/es/pdf/es36_food.pdf

Design Council. (2005). The Double Diamond: A universally accepted depiction of the design process. Design Council. <https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/tools-frameworks/framework-for-innovation-design-councils-evolved-double-diamond/>

Embajada del Japón en Colombia. (2009). 80 aniversario de Inmigración Japonesa en Colombia. <http://www.colombia.embjapan.go.jp/ESP/Documentos/80aniversariohistoria.pdf>

Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento (REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía Capítulo Estados Unidos). (2020). Julio César Arboleda Aparicio. <https://repositorioinstitucional.ufpso.edu.co/xmlui/handle/20.500.14167/2832>

Fundora, Y. S., Mirabal, R. R., Becerra, H. C., & Arávalos, D. D. (2015). Estrategia de comunicación para las revistas científicas del CENSA. Ciencias de la información, (25) 23 - 28.

Ministerio de Cultura. (2011). Los árabes En Colombia. <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Poblaciones/LOS%20%C3%81RABES%20EN%20COLOMBIA.pdf>

Martínez Martín, A. F. (2017). Trópico y Raza. Miguel Jiménez López y la inmigración japonesa en Colombia, 1920-1929. *Historia y sociedad*, 32, 103-138. <https://doi.org/10.15446/hys.n32.59366>

Mera, H. (2020). Inmigración japonesa hacia Colombia: primeros pasos de una larga marcha. *Sociedad y Economía*, 41, 144-152. <https://doi.org/10.25100/sye.v0i41.9476>

García, J. (2008). La colonia japonesa en Colombia durante la Segunda Guerra Mundial y la protección de sus intereses por la Embajada española. *Universidad de La Sabana (Bogotá)*, 143-162.

Muriel Gómez Pradas. Profesora de estudios de Asia Oriental. Universitat Oberta de Catalunya. (2024, mayo 4). La vida en Japón durante el shogunato Tokugawa. *National geographic*. <https://historia.nationalgeographic.com.es/a/japon-imperial>

Patiño, Germán. "Los Japoneses, llegaron al país atraídos por pasajes descriptivos de la novela *María*", *Revista Semana No.1278*, 30 de octubre de 2006.

Pontin, Maurizio, "Los emigrantes colombianos y los extranjeros en Colombia", *Conferencia episcopal de Colombia*, 1995. <https://journals.openedition.org/revestudsoc/22331?lang=fr#text>

Sanmiguel, I. (2006). Japoneses en Colombia: Historia de inmigración, sus descendientes en Japón. *Revista de estudios sociales*, 23, 81-96. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-885X2006000100008

Web Japan. (2017). Japan Fact Sheet: Geografy and Climate. Recuperado de http://webjapan.org/factsheet/en/pdf/e01_geography.pdf

Yu, E., & Sangiorgi, D. (2018). Service Design as an Approach to Implement the Double Diamond Design Process Model. *The Design Journal*, 21(6), 813-836. <https://doi.org/10.1080/14606925.2018.1468166>

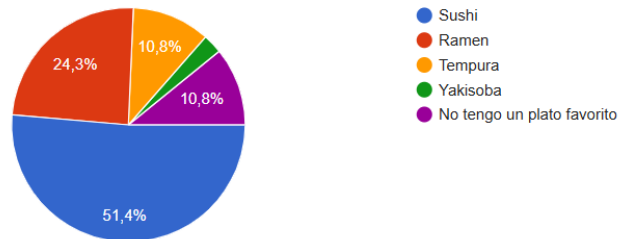
ANEXOS

ENCUESTA POBLACIONAL

¿Cuál es tu plato japonés favorito (si tienes uno)?

[Copiar gráfico](#)

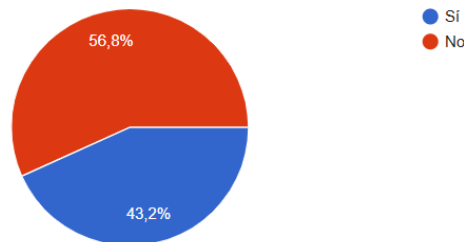
37 respuestas



¿Has notado alguna diferencia entre la comida japonesa que se sirve en Cali y lo que has visto o probado en otros lugares (o en televisión, internet, etc.)?

[Copiar gráfico](#)

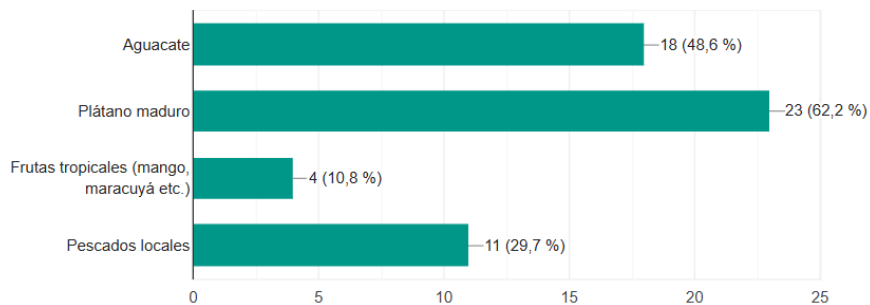
37 respuestas



¿Qué ingredientes locales crees que se usan más en la comida japonesa en Cali?

[Copiar gráfico](#)

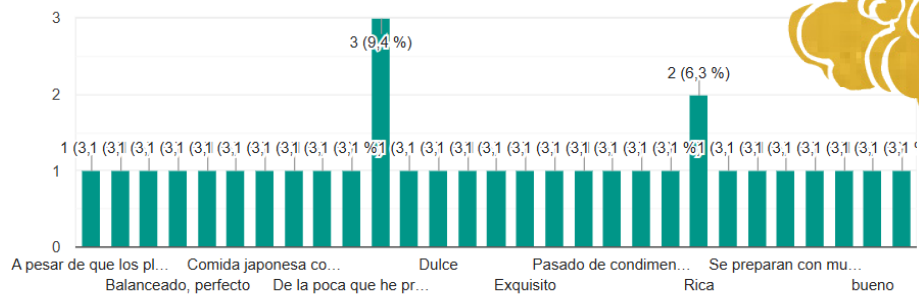
37 respuestas



¿Cómo describirías el sabor de la comida japonesa que se sirve en Cali?

[Copiar gráfico](#)

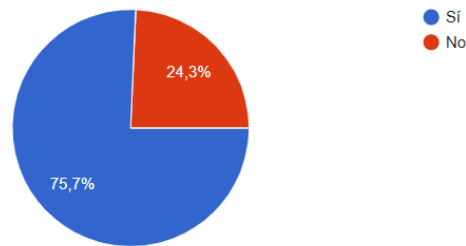
32 respuestas



¿Crees que la comida japonesa en Cali tiene un "toque caleño"?

[Copiar gráfico](#)

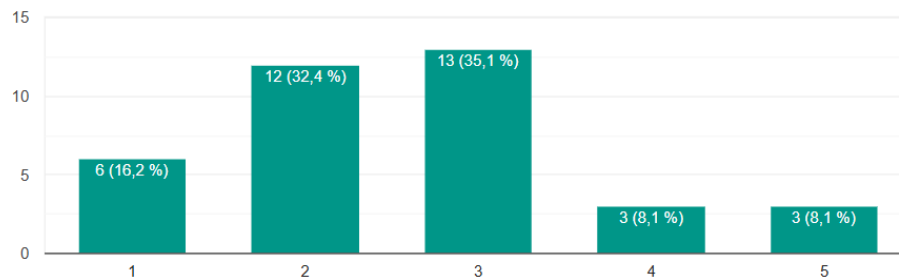
37 respuestas



¿Qué tan seguido comes comida japonesa?

[Copiar gráfico](#)

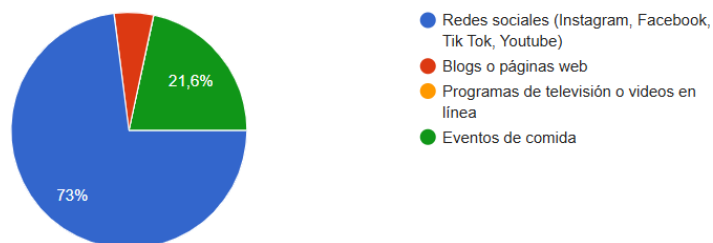
37 respuestas



¿Dónde te gustaría ver más información sobre la comida japonesa en Cali?

[Copiar gráfico](#)

37 respuestas

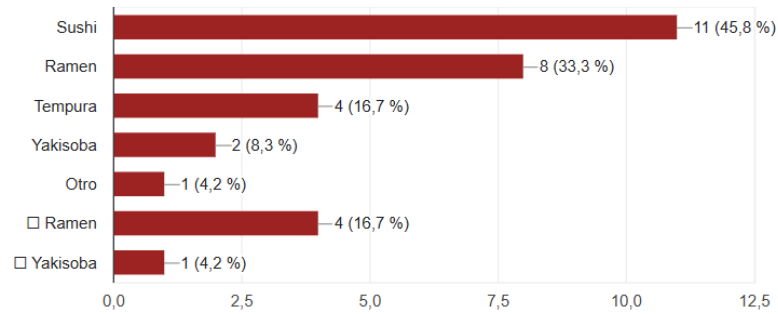


ENCUESTA ESTUDIANTES DE LA ESCUELA GASTRÓNOMICA DE OCCIDENTE

¿Cuál es tu plato japonés favorito y por qué te gusta?

[Copiar gráfico](#)

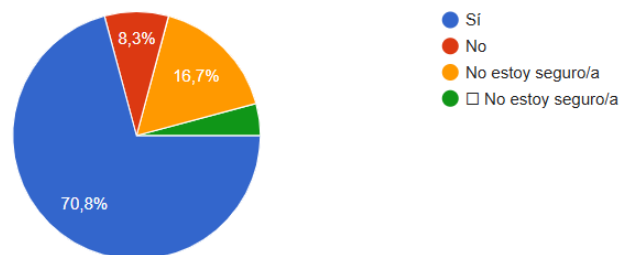
24 respuestas



¿Has notado adaptaciones o cambios en los platos japoneses que se sirven en Cali en comparación con la cocina japonesa tradicional?

[Copiar gráfico](#)

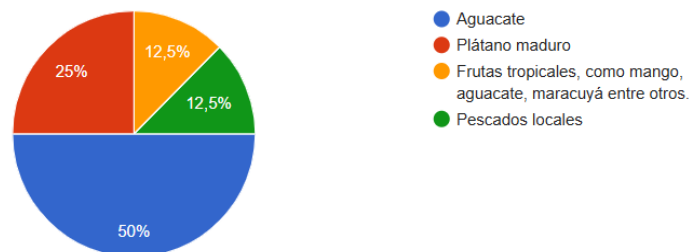
24 respuestas



¿Qué ingredientes locales crees que se utilizan con mayor éxito en la cocina japonesa en Cali?

[Copiar gráfico](#)

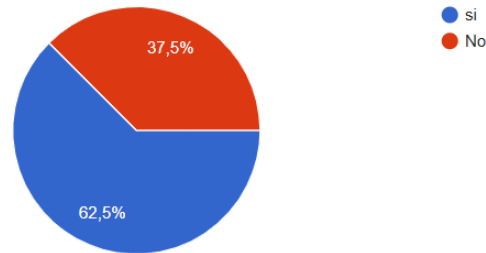
24 respuestas



En tu formación como estudiante de gastronomía, ¿has explorado la fusión de elementos de la cocina colombiana con la japonesa? ¿Podrías compartir alguna idea o experimento que hayas realizado?

[Copiar gráfico](#)

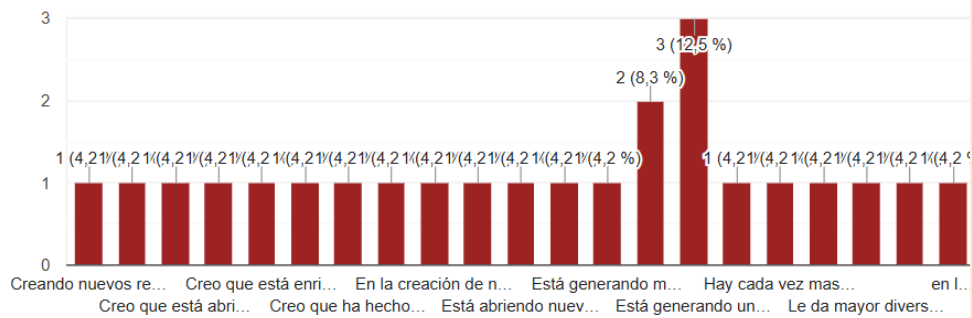
24 respuestas



¿Cómo crees que la creciente popularidad de la comida japonesa en Cali está influyendo en la escena gastronómica local?

[Copiar gráfico](#)

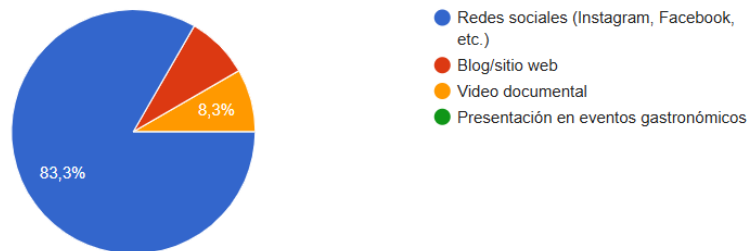
24 respuestas



¿Cómo le gustaría que se le mostrara este proyecto (identificar plataformas y medios de difusión)?

[Copiar gráfico](#)

24 respuestas



Guía De Preguntas Para Los Chefs

¿Cuáles son los platos japoneses más populares entre los comensales caleños en su experiencia?

¿Ha notado diferencias significativas entre los platos japoneses auténticos y las versiones que se sirven en Cali?

¿Qué ingredientes locales se utilizan con mayor frecuencia en la preparación de platos japoneses en su restaurante?

¿Cómo describiría el paladar (gusto) de los caleños en relación con la comida japonesa? ¿Prefieren sabores intensos, suaves, dulces, salados, picantes, etc.?

¿Ha experimentado con la fusión de elementos de la cocina colombiana con la japonesa? ¿Podrías darme un ejemplo de un plato que haya creado en esta línea?

¿Qué desafíos ha enfrentado al adaptar la cocina japonesa a los gustos locales?

¿Cómo cree que ha evolucionado la percepción de la comida japonesa en Cali en los últimos años?

¿Qué tendencias o innovaciones ve en el futuro de la gastronomía japonesa en Cali?



Entrevistas Transcritas

Chef Julio cesar marquez:

Buenas tardes, mi nombre es Julio Marquez, cocinero de profesión, educador desde hace cinco años, docente de la Escuela Gastronómica de Occidente, especialista en conservación de alimentos.

Primera pregunta, desde tu experiencia en la gastronomía caleña, ¿qué ingredientes o técnicas locales consideras que se han funcionado de manera más exitosa con la cocina japonesa en Cali? ¿Me podrías dar ejemplos específicos de platos que viven sin esto?

No solamente en Cali, la mayoría latinoamericana, especialmente la zona del Pacífico, fue una zona de mucha inmigración oriental principalmente japonesa. En la zona del Pacífico colombiano tenemos la influencia del ceviche, lo que para la parte de Perú sería la cultura Nikkei, muy parecido, muy arregal la cultura Nikkei, que son los acebichados, el manejo de pescado crudo, el manejo de estos ingredientes ácidos, mucho con mucho uso de acento o glutamato monosódico.

¿Qué técnicas podríamos hablar acá?

Muchos de los acebichados, nosotros tenemos una gran influencia del ceviche que es fuerte inmediatez con la cocina japonesa, entonces creo que principalmente podemos hablar de esa parte, de lo que son los ceviches para nosotros.

Segunda pregunta, considerando tu especialización en conservación y fermentación ¿cómo crees que estas técnicas presentes, tanto en la cocina japonesa como en la colombiana, pueden ser utilizadas para crearnos platos que representen la fusión de ambas culturas?

Es curioso, nuestra fermentación va mucho más hacia la parte de los almidones, nosotros tendremos a fermentar mucho lo que son almidones, por ejemplo el almidón de yucagrio, el maíz para producir nuestras masas, para la elaboración de nuestras amasijos tradicionales. Nosotros tenemos también mucha fermentación, también de almidones y ciertas frutas para la producción de licores, biche, la guardiente, entonces esa es como la conexión que nosotros tenemos, por la parte asiática, ellas tienen una gran variedad de fermentaciones a base de pesca y de la soya, ya todos los productos derivados de la soya como la salsa, el tempe, el miso, todos estos ingredientes que ellos derivan. Nosotros hemos comenzado a meternos mucho en la parte de la fermentación ya de frutas para conseguir o la lactofermentación para conseguir ciertas salsas que es muy normal que lo hicieran los orientales, ya entonces el la se apodemos de la hibridación o la fusión, el fusionamiento de los ingredientes locales como por ejemplo lo de ese lulo, ya como por ejemplo lo pueden ser el borrojo, todo este tipo de ingredientes, el conocimiento de estos ingredientes ya fermentados para la producción de producto, materia

prima para cocina fusión, ya tenemos que utilizar técnicas, técnicas externas con ingredientes nuestros,

con ingredientes autóctonos para el desarrollo de nuevos productos y por ende el ampliamiento de nuestra cultura gastronómica, entonces yo lo veo desde esa perspectiva, nos hace falta muchísimo porque nosotros tenemos que tener un redescubrimiento de quiénes somos para aceptar todo esto, pero creo que nosotros como caleños necesitamos el proceso de eso.

¿Qué estrategias consideras más efectivas para transmitir a las nuevas generaciones el valor cultural de la hibridación entre la cocina japonés y la caleña? ¿Y qué tipo de actividad esos recursos educativos podrían ser útiles?

Bueno como educador creo que desde las escuelas de gastronomía estamos haciendo cierto trabajo al darle conocimiento a nuestros estudiantes, conocimiento a nuestro cliente, conocimiento a nuestro público en cuanto a esta fertilidad tradicional, esta cultura tradicional de lo que es principalmente la cultura japonesa. De unos años para acá ejemplo el consumo de sushi como principal agente de la cultura japonesa aquí en Cali y el creciente consumo de ramen ha hecho que comienza a ser un destino gastronómico para el caleño cada vez de un estrato no tan alto sino ya estrategias más general, ya por no decir pues estrategias más bajas uno o dos sino más general, pero creo que para que esta hibridación y para que tenga conocimiento a todo esto creo que es comenzar a educar a las personas desde la parte de mostrar-

les lo que es la cocina tradicional de estos sectores o de estas regiones más allá de generar una hibridación primero, tenemos que entender lo que estamos consumiendo para de esa forma comenzar a transformarlo comenzar a copiarlo a lo que nosotros tenemos y te pongo un ejemplo cosas como el sushi master, buscamos en el sushi master el sushi más raro los ingredientes más extraños y no prestamos atención a lo más sencillo en cocina nosotros tenemos un dicho que es menos es más ya menos es más en cuanto a menos complicado menos cantidad de cosas extremas menos cantidad de ingredientes supremamente raros ya entre menos es más y el diablo está en los detalles hacemos que un plato muy sencillo pero con mucho detalle puede hacer supremamente agradable a más paladares más que un plato con sabores demasiado exóticos o sabores que hay que forzar mucho para que vayan juntos entonces creo que esa educación de que es la cultura japonesa de dónde vienen estos platos porque comienza el ui no fuchi pescado de dónde vienen estos platos por qué nacen estos platos es que vamos a comenzar a tener un público que va a consumir más y que va a haber una hibridación más estable y no tan forzado como lo ha habido con otros tipos de cocina y que tipo de actividades o recursos podrían ser útiles para esto ferias ya ferias de gastronomía por ejemplo últimamente se ha hecho diferentes cursos de sushi cursos de ramen ya a nivel de centros comerciales cosas como por ejemplo el sushi master pero no es sushi master por el sushi más raro sino por el mejor armado los ingredientes mejor hechos que sean tradicionales sea darle al público esos espacios en

los que ellos conozcan cómo es antes de mostrar algo raro porque yo te voy a dar a ti una sopa de pichón que es un ingrediente un alimento tradicional de nuestra en Colombia. Puede que la gente no sepa que una sopa de pichón y yo comienzo a mezclarla la gente va a saber va a tener una base para conocerla entonces tenemos que crear esos espacios que actividades este tipo de actividades culturales actividades de integración cultural ya desde la punta de vista que papel juegan los restaurantes y chef locales en la promoción y visitación de la gastronomía japonesa y brindan cali es un papel supremamente importante tanto de los chef locales como de la restauración en el público caleño o mejor dicho en el mercado caleño hemos tenido un crecimiento muy acelerado de sitios principalmente de sushi ya de personas que aprenden a ser sushi y comienzan a venderlo ya y no estoy diciendo que lo hagan mal pero tampoco lo hacen bien entonces tenemos un mercado que tiene de dónde escoger muchísimo pero finalmente pides o vas a comer y te encuentras con que por ejemplo el sushi está hecho con arroz roja y no es el arroz correcto para hacer el sushi debe ser un arroz japonés de grano mediano a corto el arroz roja es un arroz de grano medio a largo entonces es importante que este que este proceso se haga bien por medio de los restaurantes y los chefs que se respeten nos capacitamos porque me incluyo a mí nos capacitamos para poder preparar algo respetando y conociendo lo que estoy haciendo no simplemente por generar dinero sino por transmitir cultura transmitir una experiencia gastronómica para las personas que no te están pagando simplemente por un

plato de comida te están pagando por una experiencia gastronómica en una experiencia sensorial que acciones podrían llegar a cabo para fortalecer su presencia a traer un público más amplio nuevamente me hace recuerdo hace poco de la copa el encuentro colombo francés o colombia francia ya era un una forma muy agradable en la que se hizo como similitudes y diferencias de la cultura francesa y colombiana y más también la cultura afro ya entonces se puede hacer muy parecido al respecto con la cultura japonesa ya no tenemos aquí un centro colombo japonesa ya que creo es muy fuerte pero es muy fuerte en la parte de idioma y en la parte de artes marciales pero no en la parte gastronómica emprender proyectos por medio de instituciones educativas universidades centros de estudios gastronómicos ya para fortalecer este tipo de espacios traer chefs traer instructores gente que está capacitada en más que en en estos conocimientos en este arte ya y generar generar un movimiento en el mercado gastronómico de la ciudad ya entonces te pongo un ejemplo nuevamente tocando el sushi master que durante la semana del sushi master hayan durante esa semana actividades culturales para que la gente vaya aprenda entienda le compartan haga y de esa forma aprenda a conocer y aprenda a comer y aprendiendo a comer hacemos que el negocio que el mercado no sea de teriores sino que crezca y que medio te parece mejor para insertar estas variaciones que sea un medio digital o que sea más medio físico redes sociales están mandando la para absolutamente o sea la la la la cercanía que nosotros tenemos al tener un teléfono en la mano con acceso a instagram con con acceso a x con acce-

so a threats con acceso a facebook sea la cantidad de información que nos podemos llegar a las personas por estos medios es muy alta adicionalmente a eso nosotros tenemos el sector educativo de la universidad de las universidades es una gran forma de hacer este tipo de movimientos y no solamente nosotros tenemos varias zonas de alto movimiento gastronómico la avenida sexta la granada el peñón lo que es el parque del perro en san jernando todos estos sitios y uno hace ciertas jornadas o o hace no tanto repartición de volantes porque me parece un desperdicio de papel pero si darle conocimiento a las personas que los mismos restaurantes de sushi hagan la publicidad hagan la inscripción si te inscribes tienes un descuento o si asiste y muestras la serie tengo ese tipo de cosas harían que la gente quiera conocer más porque el caleño quiere comer pero no sabe comer el caleño sale y está pagando lo que sea y le están mal ya y nosotros vamos a hacer que el caleño aprenda a comer y está aprendiendo a comer va a ser que el mercado gastronómico se tenga que capacitar para mejorar

¿Qué manera te parece mejor para educar específicamente el público de los estudiantes?

En este mundo de la gastronomía japonesa nosotros tenemos ciertos espacios de los que cada cierto tiempo traemos chefs emblemáticos para ciertos sectores hace poco por ejemplo tuvimos la presencia de guido niño un chef colombiano en francia el chef de un restaurante de michela y nosotros procuramos hacer ese tipo de encuentro a finales del año pasado tuvimos la presencia de un chef peruano especialista en cocina niquei como decirlo peruano japonés de familia japonesa de especialidad en cocina niquei y a los estudiantes se les dio ese es-

pacio para que le preguntaran el preparó varias cosas preparó un montadito preparó entonces ese tipo de espacios y de hecho como escuela nosotros no hacemos eso con nuestros estudiantes solamente lo abrimos a la persona que quiera venir a hacer lo que quiera venir a enterarse que era venir a participar de esos de esos espacios porque el espacio es precisamente para que el sector y para que toda la comunidad estudia until gastronómica de cali no de las escuelas de cali haga parte de este crecimiento y este conocimiento compartido,

CHEF JORGE TOMITA

EL DESCRIBIO LO QUE ES PARA EL LA COCINA FUSION JAPONESA (NIKEI) Y COMO EL HA TRASFORMADO ESTO SE HA VISTO IMPREGNADO EN SU ESTILO DE COCINA.

Jorge tomita

Celebrando los 125 años de la inmigración japonesa Hace 125 años llegaron los primeros migrantes japoneses a Perú en un viaje largo de más de 15,000 km con el sueño de un futuro mejor, sin esperar que terminasen enamorándose de esta tierra que, años más tarde y tras casi cinco generaciones, llamaríamos hogar. Desde la primera generación de inmigrantes, conocidos como issei, algo muy especial sucedió: comenzaron a preparar recetas japonesas con insumos locales, ya que en esa época era casi imposible conseguir los ingredientes japoneses habituales. Así, plantaron la semilla de la cocina Nikkei.

Jorge tomita

Tengo el recuerdo de que mi obachan Angélica nos contaba que cuando vivía en

Barrios Altos, iba a Chorrillos a recoger algas, mariscos y moluscos que encontraban cerca a la orilla y se los llevaba para preparar diferentes platos. La gente la miraba raro porque, en esa época no se acostumbraba a comer tantos pescados y mariscos como lo hacemos ahora. Estos ingredientes terminarían siendo parte indispensable de nuestro menú marino años más tarde, tomando rumbo desde las cocinas case-ras donde se preparaban platos japoneses y peruanos con estos nuevos ingredientes, como lo hacía mi obachan.

Jorge tomita

Luego, con el tiempo surgieron restaurantes criollos marinos de la mano de grandes cocineros Nikkei, como La Buena Muerte, Costanera 700, Rosita Yimura, entre muchos otros. Nos podemos dar cuenta del aporte de estas dos generaciones en los insumos que se ponían en valor y las maneras de cocinar. Por ejemplo, el ceviche se come lo más fresco posible ahora, sin dejar reposar el pescado. Al mismo tiempo, llegaron Toshihiro Konishi y Nobu para aportar a la cocina Nikkei desde el lado más tradicional japonés.

Jorge tomita

Más peruano que el acebichado fue lo que me hizo sentir la cocina Nikkei. Me dio identidad. Recuerdo la primera vez que probé el acebichado, empezó a resolver la duda de identidad que tenía en ese momento, sin saber si era más peruano que japonés o más japonés que peruano. Ese bocado resolvió las dudas: se veía japonés, pero todo tenía el sabor y el alma de la cocina peruana. Ahí empecé a entender qué es ser Nikkei, en la barra del edo Miraflores (grandes recuerdos), ese plato se volvería la puerta a un nuevo mundo para mucho de nosotros .

Jorge tomita

Mucha llegaría con Maido y terminaría de cerrar el círculo de lo que es la identidad Nikkei peruana, homenajeando el legado de los cocineros Nikkei que habían pasado por todas las generaciones en el libro "Nikkei es Perú". Al leerlo, entré en cuenta de la importancia que tiene conocer nuestras raíces y tradiciones japonesas y peruanas, el tener orgullo por nuestra identidad y cómo, siendo tan diferentes, pudimos llegar a este matrimonio cultural tan explosivo pero balanceado. Como lo explica, la cocina japonesa es como la música clásica y la peruana, como la salsa dura; si se juntan, hacen una combinación interesante.

Jorge tomita

Ahora, con nuestra identidad consolidada y el legado de cuatro generaciones que le dieron forma, entendemos que la cocina Nikkei es una de las venas que lleva la sangre de la cocina peruana. Afrontamos nuevos retos y responsabilidades: cuidar nuestra tradición, cuidar nuestra diversidad, apostar por nuestros productos y productores, siempre de la mano de la cocina peruana y la herencia de estos 125 años de la cocina Nikkei.



