



MESHIAGARE

Buen Provecho



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

[REGISTRO MINISTERIAL No. 1229 de 2011]

MESHIGARE

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

Autor

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



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

Introducción

Tema

Planteamiento Del Problema

Justificación

Objetivo General

Objetivos Específicos

Descripción Del Usuario

Experto Aliado

Metología

Propuesta Del Producto

Prueba De Usuario


Resultados

Referencias





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 preconcepciones 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:

“Los desafíos enfrentados por la colonia japonesa durante la Segunda Guerra Mundial, lejos de ser un obstáculo, se convirtieron en un catalizador para la difusión de su cultura culinaria. Hoy en día, la presencia de restaurantes japoneses en ciudades como Cali es un testimonio de la resiliencia y la adaptación de esta comunidad, así como del atractivo universal de los sabores nipones.” Hernández García, J. A. (2023).



Otro aspecto crítico a resaltar y por el cual es importante analizar es la distancia cultural que 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 actualmente 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.

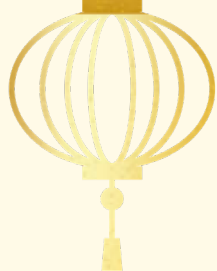
Es por estos motivos que el análisis de la adaptación de la gastronomía japonesa en Cali es de gran importancia por varias razones que van más allá de la simple



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 papel 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 prejuicios 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 prejuicios 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 prejuicio 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 sociocultural 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 gas-



tronomía 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.

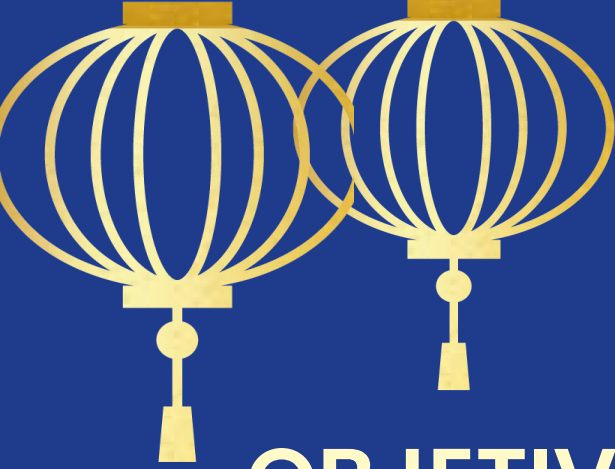
La idea nace de la observación de cómo la gastronomía japonesa ha sido interpretada y adaptada

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.

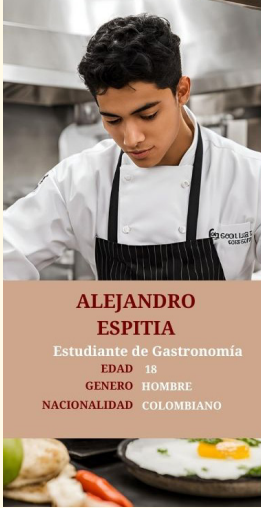




OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 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



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



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 educa-

tiva 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.



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)**

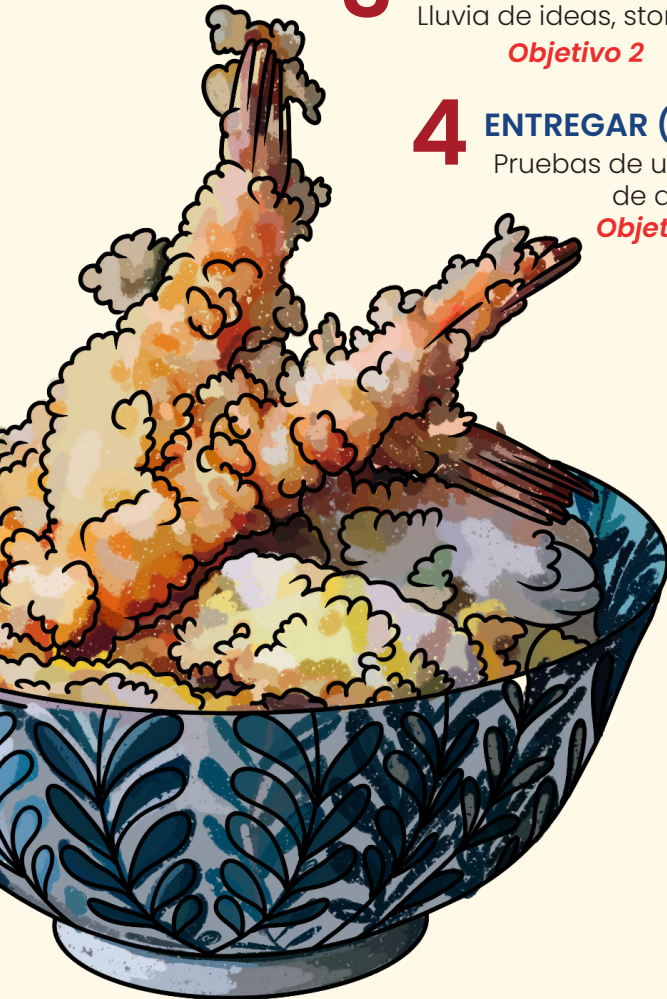
Lluvia de ideas, storyboards

Objetivo 2

4 **ENTREGAR (TODOKERU)**

Pruebas de usabilidad, matriz
de decisión

Objetivo 3



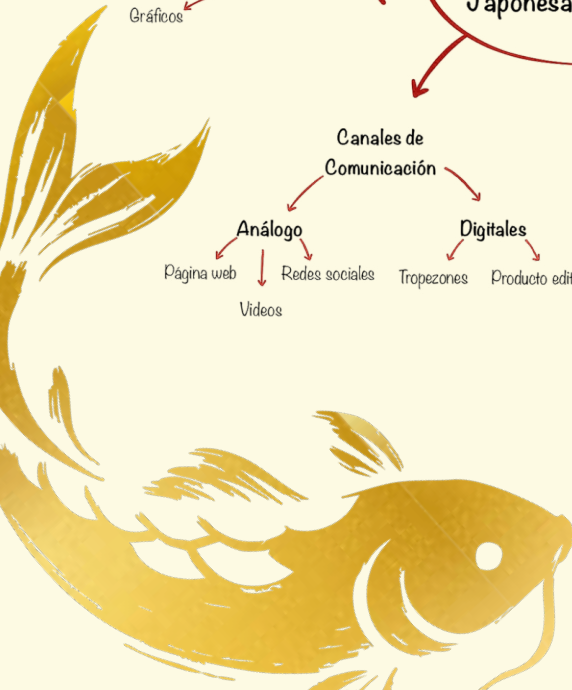
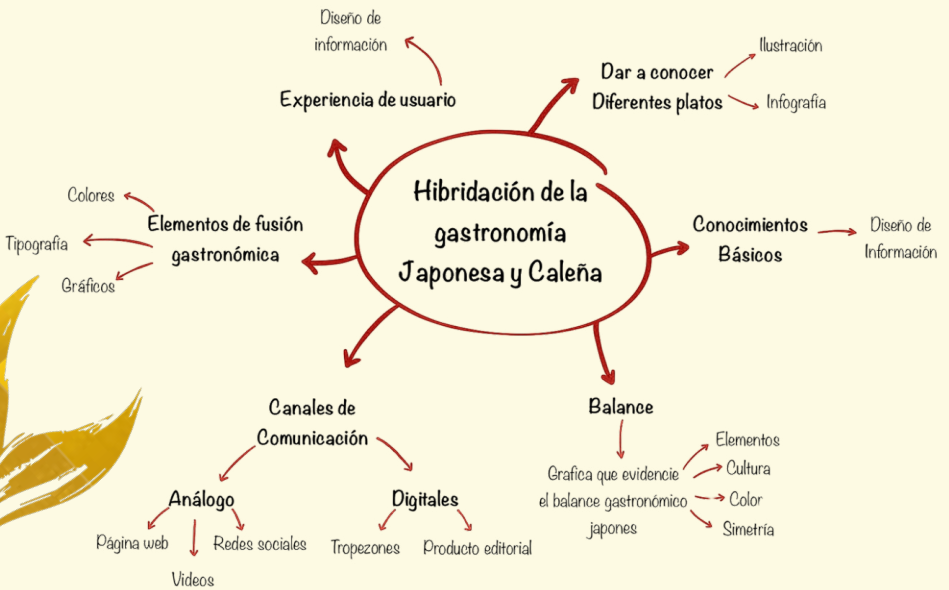
PROPUESTA DE PRODUCTO

La fase de iniciación del proyecto parte de una exploración conceptual en torno a la hibridación gastronómica entre la cocina japonesa y caleña. 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





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.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO



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.





LIBRO ILUSTRADO

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

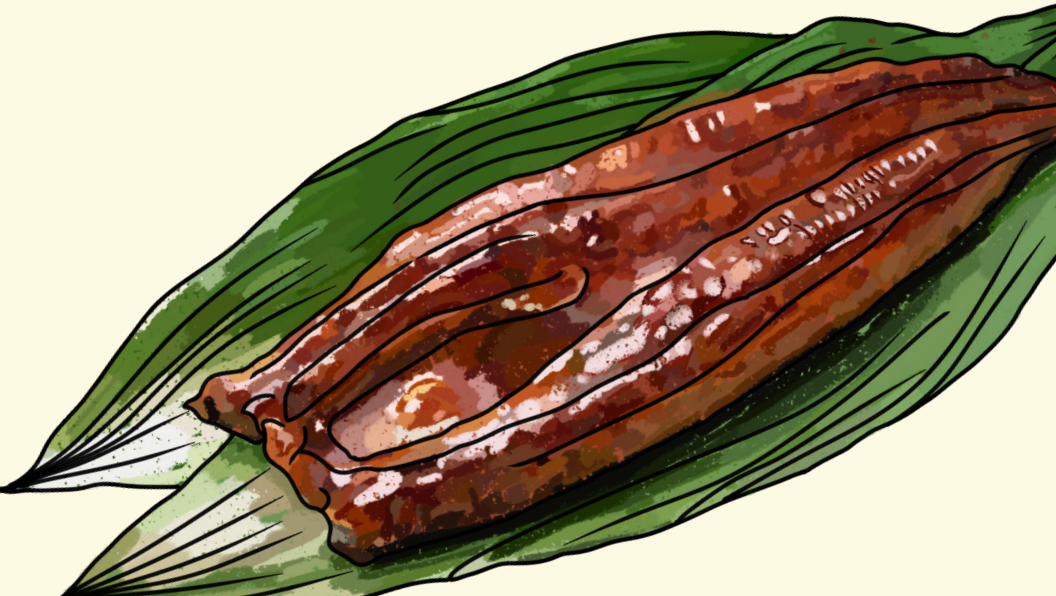
La página web es el eje digital del proyecto, diseñada para integrar todos los contenidos desarrollados: el juego Karumi, el libro ilustrado, la revista digital y piezas audiovisuales. También ofrece una sección informativa que contextualiza la hibridación gastronómica y explica el origen y propósito 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.



PRUEBAS 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.





Fotografías tomadas por Luisa Prieto

RESULTADOS

El proyecto Meshiagare permitió visibilizar cómo se han dado los procesos de hibridación y adaptación de la gastronomía japonesa en Cali, partiendo de un análisis histórico, cultural y comunicacional. A través de la implementación de la metodología del doble diamante, se desarrolló una estrategia de comunicación visual multiformato que articuló elementos análogos y digitales, este enfoque permitió abordar los preconceptos que persisten en la cultura caleña sobre la cocina japonesa y proponer soluciones que promueven una experiencia educativa y sensorial más profunda.

Durante las fases iniciales, se identificaron percepciones erróneas sobre la gastronomía japonesa, como su asociación exclusiva con el sushi o la idea de que es inaccesible para el paladar local. No obstante, también se evidenció un creciente interés, especialmente en jóvenes adultos, por conocer y experimentar sabores nuevos, lo que brindó una oportunidad clave para fomentar el acercamiento cultural a través del diseño. En este sentido, la estrategia desarrollada incluyó productos como el juego Karumi, un libro ilustrado y una página web, todos alineados bajo una identi-

dad visual coherente que fusiona elementos de la estética japonesa con guiños a la cultura caleña.

Uno de los logros más importantes del proyecto fue la validación de los prototipos con usuarios reales, específicamente estudiantes y chefs de la Escuela Gastronómica de Occidente, esta etapa permitió evaluar la eficacia comunicativa, estética y funcional de cada uno de los componentes diseñados. Se destacó como aspecto positivo la claridad de la información, la calidad visual de las ilustraciones y la apropiación narrativa del libro. Así mismo, la navegación en la página web fue calificada como intuitiva y agradable, sin embargo, también se identificaron oportunidades de mejora, como la necesidad de incluir un empaque interno protector para las cartas del juego y ajustar la paleta cromática de la interfaz digital para mejorar su armonía visual.



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. Aconcaqua 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.ufps.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>



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali



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



**SOMOS
TODOS**

