



COLECCIÓN FEDERICO TORRALBA
DE ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL

JAPÓN Y EL MUNDO ACTUAL

Elena Barlés Báguena
V. David Almazán Tomás
(coordinadores)

PRENSAS UNIVERSITARIAS DE ZARAGOZA
ASOCIACIÓN DE ESTUDIOS JAPONESES EN ESPAÑA
FUNDACIÓN TORRALBA-FORTÚN

JAPÓN y el mundo actual / Elena Barlés Báguena y V. David Almazán
Tomás (coordinadores). — Zaragoza : Prensas Universitarias de Zaragoza, 2010
1.074 p. : il. col. y n. ; 22 cm. — (Colección Federico Torralba de Estudios
de Asia Oriental ; 4)
ISBN 978-84-15274-08-7
1. Japón—Cultura—1945-. 2. Japón—Política y gobierno
BARLÉS BÁGUENA, Elena
ALMAZÁN TOMÁS, V. David
008(52) «1945/...»
32(52)

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, <www.cedro.org>) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© Los autores
© De la presente edición, Prensas Universitarias de Zaragoza
1.ª edición, 2010

Diseño de la cubierta: Fernando Lasheras

Imagen de la portada: *Geisha I*, artista: Fernando Bellver, Litografía y fotolito, 2010. Los editores queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento al autor por habernos autorizado a utilizar esta imagen.

Colección Federico Torralba de Estudios de Asia Oriental, n.º 4
Directora de la colección: Elena Barlés
Secretarios: V. David Almazán Tomás y Luisa María Gutiérrez Macho

Prensas Universitarias de Zaragoza. Edificio de Ciencias Geológicas, c/ Pedro Cerbuna, 12
50009 Zaragoza, España. Tel.: 976 761 330. Fax: 976 761 063
puz@unizar.es http://puz.unizar.es



Esta editorial es miembro de la UNE, lo que garantiza la difusión y comercialización de sus publicaciones a nivel nacional e internacional.

Impreso en España
Imprime: INO Reproducciones, S. A.
D.L.: Z-2085-2011

*A Antonio Cabezas,
in memoriam*

CONCLUSIONES

En nuestra aproximación, nos hemos interesado en observar cómo un producto proveniente de Japón (*manga* y *anime*), consumido por un colectivo de jóvenes de nuestro país, posee una lectura e interpretación diferentes a las que se dan en su país de origen (transculturación).

Como resultado de esta transculturación y de la interpretación particular de estos productos japoneses, tiene lugar una creación de sentido y significado simbólico que origina procesos específicos en diferentes sentidos: relaciones sociales, creación de identidades colectivas, configuración de comunidades, así como también proporciona la base para la realización de rituales de solidaridad. El análisis de todos estos procesos nos permiten acercarnos a la comprensión de los valores, aspectos simbólicos y de sociabilidad de un colectivo determinado de nuestra sociedad, una comunidad abstracta que se materializa mediante actividades particulares de carácter ritualista.

Resumiendo, el consumo de un determinado producto japonés, interpretado desde claves culturales diferentes, ha sido el cimiento de la configuración de un importante colectivo que posee fuerte identificación como tal, de pautas sociales de relación y de la creación de unos determinados valores simbólicos que provienen de la transculturación del propio material de origen japonés. Gracias a esto, cada vez más jóvenes se acercan al estudio de la cultura japonesa, con la finalidad de poder comprender con más fidelidad el producto que consumen y acercarse al entendimiento de las pautas culturales (simbolismo, comportamiento, relaciones...) japonesas.

EL JAPONISMO EN LA CULTURA GASTRONÓMICA OCCIDENTAL. HISTORIA DE UNA SEDUCCIÓN

Carmen Abad Zardoya
(Universidad de Zaragoza)

EL GUSTO Y EL OLFATO SON SENTIDOS ÍNTIMAMENTE relacionados con la memoria, conservadores e incluso me atrevería a decir que proclives a la nostalgia. El gusto, entendido como la capacidad de identificar sabores y aromas se construye, se educa. Este principio ya fue sugerido tiempo atrás por el ensayista Montaigne, cuando afirmaba que nuestro paladar se inclina preferentemente por la paleta de sabores en los que ha sido formado desde la infancia, volviendo a este repertorio para valorar comparativamente lo que le resulta nuevo o desconocido.¹ Por lo tanto, el juicio que depende del sentido del gusto está condicionado por los parámetros culturales y por la experiencia adquirida. Lo conocido conforta, y aun reconforta.²

1 El primero en compilar y perfilar el significado de las observaciones de Montaigne respecto a la materia, —observaciones que se hallaban en forma de comentarios dispersos en sus *Essais*— fue el filósofo francés Jean-François Revel, en 1978. Véase Revel, J. F., *Un festin en paroles. Histoire littéraire de la sensibilité gastronomique de l'Antiquité à nos jours*, París, Éditions Tallandier, 2007, pp. 229-231.

2 Sobre el gusto como «producto cultural» y «producto social», véase Montanari, M. *La comida como cultura*, Gijón, Ediciones Trea, 2006, pp. 55-60 y 63-66, traducción de Silvia Blanco Flecha. La capacidad «reconfortante» de los sabores conocidos y asimilados desde la infancia es la base de un concepto de reciente creación, la *memoria palatal* o gustativa. Así formulada, esta capacidad reconfortante se ha convertido en el centro de la experimentación de algunas tendencias de vanguardia, como la deconstrucción culinaria y la cocina tecnoemocional, además de ser la base de algunas propuestas de mercado, como los locales que utilizan la etiqueta de *comfort food*. Véanse «La memoria

Precisamente por ello, la exitosa recepción de la cocina japonesa en Occidente se revela como un caso excepcional. El repertorio de sabores de esta tradición culinaria es en gran medida un terreno extraño para nuestro paladar y, sin embargo, se trata de la única entre las cocinas exóticas —las cocinas de los otros— que no ha domesticado sus aromas para adaptarse al gusto occidental, sino que más bien ha terminado por reorientarlo. ¿Qué es entonces —y parafraseando el título del conocido cuadro de Hamilton— lo que hace de la cocina japonesa algo tan moderno, tan atractivo para nosotros?³

COMER CON LOS OJOS: LA DISTINCIÓN A TRAVÉS DEL GUSTO

Aunque conocida con anterioridad, la aceptación definitiva de la cocina nipona entre el público occidental se puede fechar en los años ochenta del siglo xx. El cine, eficaz difusor de iconos, convirtió el *sushi* en uno más de los atributos del *yuppie*, un tipo característico de la iconografía del éxito en los ochenta. El séptimo arte retrataba lo que ya era una costumbre extendida en ciertos ambientes: los despachos de los tiburones de *Wall Street* se decoraban con catanas y otras prendas del samurái, y en las inauguraciones, recepciones o clausuras de eventos sociales no podía faltar la bandejita repleta de cilindros, conos u otras formas prístinas. Los colores contrastados (especialmente en el *gomokuzushi* o *sushi* de cinco elementos), los perfiles netos y el encanto infalible de lo exótico desplazaban a los anticuados canapés, pobre pero práctico remedo en miniatura de las maravillas del *grand buffet*, un grandilocuente formato de ágape que murió con esa burguesía «de toda la vida» ya

palatal de Francisco de Goya», en Abad Zardoya, C., *Los oficios del dulce. Un recorrido histórico por la dulcería aragonesa*, Zaragoza, Grupo Zeta, 2007, p. 157. Pérez, J., y Capel, J. C., *Fashion Food. Diccionario Gastronómico del siglo XXI*, Madrid, El País Aguilar, 2006, pp. 93-95 y 103-104.

3 Hamilton, R., *¿Qué tienen los hogares modernos que los hace tan diferentes, tan atractivos?*, Tübingen, Kunsthalle, 1956.

francamente *demodée*. Estar a la última, marcar distancias con ese modelo en decadencia, suponía aceptar con estoicismo la irritante experiencia retronal del *wasabi*, y abrirse a sabores básicos en un grado de concentración hasta entonces desconocido, como en el caso del *umami seibun* (delicioso o «factor de lo sabroso», perceptible en el glutamato monosódico y que aparece de forma natural en el alga *kombu* o en otras sustancias similares; el inosín-monofosfato y el monofosfato de guanina, que se encuentran en el atún seco y las setas *shiitake*).⁴ Para explicar estas traiciones a la memoria gustativa de Occidente en favor de un nuevo concepto de lo refinado, podríamos basarnos en las reflexiones de Pierre Bourdieu en torno al gusto como factor de distinción social. En el contexto descrito, en el que «comer cocina japonesa» se interpretaba como un signo de modernidad y refinamiento, se advierte con rara claridad la relación íntima que el sociólogo francés estableció entre las dos dimensiones del gusto, la literal (sensorial) y la estética.⁵

4 Aunque en la actualidad la ciencia del gusto en Occidente se limita a reconocer tan solo cuatro sabores básicos, en el pasado llegaron a admitirse hasta más de una docena (Linneo, Albrecht von Haller). Estos cuatro sabores básicos (salado, ácido, dulce, amargo) no coinciden con las categorías o tipos reconocidos tradicionalmente en Oriente y, quizá como fruto de la globalización de cocinas y mercados, en los últimos años se está valorando ampliar la clasificación vigente en Occidente. Sobre el término *umami* como uno de los cinco sabores básicos defendidos por la cultura gastronómica japonesa véase Hosking, R., *Diccionario de la cocina japonesa. Ingredientes y cultura*, Barcelona, Editorial Zendrera Zariquiey, 2002, pp. 251-256, traducción de Cillero&De Motta. Sobre la evolución histórica de la clasificación occidental de «sabores básicos» y la posible incorporación a corto plazo de las categorías metálico, alcalino y *umami*, véase Korsmeyer, C., *El sentido del gusto. Comida, estética y filosofía*, Barcelona, Paidós, 2002, pp. 110-111, traducción de Francisco Beltrán Adell. Sobre los avances científicos en torno al sabor *umami* desde su descubrimiento (Kikunae Mikeda, 1908) hasta el hallazgo de un receptor específico para su percepción en humanos y animales (Charles Zuker, 2001) véase McGee, H., *La cocina y los alimentos. Enciclopedia de la Ciencia y la Cultura de la Comida*, Barcelona, Debate, 2007, p. 360, traducción de Juan Manuel Ibeas.

5 Pierre Bourdieu abre su obra *La distinción: una crítica social del juicio del Gusto* con esta reveladora reflexión: «Uno no puede entender las costumbres culturales a menos que la cultura en su acepción más restringida y normativa sea

Con el tiempo, lo que pudo ser una moda pasajera como tantas otras se transformó en una tendencia firmemente asentada. El atractivo visual de la cibaria japonesa la convirtió en una firme candidata para erigirse en lo que Roland Barthes llamaba «cocina mítica». En realidad Barthes había aplicado este calificativo a las recetas que en los años sesenta se publicaron en la revista *Elle*, una auténtica «fábrica de mitologías contemporáneas». Las fotografías de los platos se esforzaban por atenuar o incluso «travestir» la naturaleza primaria de los alimentos, «la brutalidad de las carnes» o «lo abrupto de los crustáceos». En esta estética del revestimiento la categoría substancial que dominaba era el napado, es decir, la total cobertura de las superficies con una película fina, lisa y brillante⁶. Como la cocina del napado, la cocina japonesa también travestía la naturaleza primaria de los alimentos en algunas de sus preparaciones más conocidas en Occidente, pero lo hacía obedeciendo a otro principio: la sujeción al orden, un orden tan preciso como delicado. La infinita variedad de cortes (todos con sus respectivos nombres técnicos), la construcción de porciones en esquemas geométricos y la separación de las salsas eran tres elementos llamativos y muy diferentes de la tradición de la alta cocina europea, heredada del modelo internacional codificado por Escoffier en los albores del siglo xx.⁷

convertida en cultura en sentido antropológico, y el gusto sofisticado por los objetos refinados sea vinculado de nuevo al gusto elemental por los sabores de la comida». Retomando argumentos de Hume el autor defiende «el significado dual de la palabra gusto» y llega a afirmar que «la capacidad para opinar acerca de los valores estéticos de forma inmediata en intuitiva es inseparable del gusto como la capacidad de distinguir los sabores de la comida que implica la preferencia por alguno de ellos». Pasajes citados en el capítulo dos «Filosofías del gusto: sentido estético y sentido no estético» de Korsmeyer, *op. cit.*, pp. 63-100, especialmente la pp. 95-96.

⁶ Véase Barthes, R., «Cuisine ornementale», en *Mythologies*, París, Éditions du Seuil, 1957, pp. 120-121.

⁷ Auguste Escoffier (1846-1935) autor de la influyente *Guide Culinaire* (1903) y del prefacio a la primera edición de la *Larousse Gastronomique* a cargo de Prosper Montagné (1938). Fue el segundo cocinero más influyente de Europa

Sin duda alguna, esta nueva cocina mítica aterrizó entre nosotros en el momento adecuado. La hora de la renovación en la cocina erudita de Occidente había llegado poco antes y los caminos hacia un estilo distinto se habían abierto en los años setenta del siglo xx gracias a la revolución culinaria conocida como *nouvelle cuisine*. La *nouvelle cuisine* abogaba por una apariencia de ligereza, por oposición a la exuberante ampulosidad de la tradición anterior, recargada en los procesos y tendente al *horror vacui* en las presentaciones.⁸ Los nuevos aires en los fogones darían paso a pequeñas raciones que apenas precisaran la manipulación del comensal, a espacios vacíos en el plato y a un cambio drástico en el papel de las salsas, primero como napados parciales y después en forma de jugos concentrados cuya presencia se restringiría a hilos, hasta pretender la comparación con las pinceladas sobre un lienzo en blanco. En el campo de las presentaciones la cocina occidental mostraba paulatinamente sus simpatías hacia lo que se consideraba una estética japonesa desde la perspectiva occidental. A través de esta puerta abierta poco a poco se empezarían a reivindicar las composiciones descentradas y la asimetría.

LA SEDUCCIÓN POR IMPLICACIÓN.

EL ENCANTO DE LO PERFORMATIVO

A la inspiración oriental de las presentaciones se sumaría más tarde otro fenómeno: la influencia conceptual, no solo epidérmica

después de Carême (1784?-1833), dio fama mundial a la cocina francesa, reformó los métodos de trabajo en cocina, reivindicó la imagen de marca del cocinero y fue definitivo en la articulación de la hoy vituperada «cocina internacional», fórmula de gran longevidad en la restauración de todo el mundo. Sobre la importancia de su figura y los principios de su cocina véanse Neirinck, E., y Poulain, J. P., *Historia de la cocina y de los cocineros. Técnicas culinarias y prácticas de mesa en Francia, de la Edad Media a nuestros días*, Barcelona, Editorial Zendrera Zariquiey, 2001, pp. 105-112, traducción de Tabita Peralta. Sobre el controvertido concepto de *cocina internacional* véase Revel, J. F., «Naissance del'internationale», *op. cit.*, pp. 229-255,

⁸ Neirinck y Poulain, *op. cit.*, pp. 119-130.

ca, de la cocina japonesa en platos de *chefs* de renombre. Curiosamente, las primeras contaminaciones surgieron en el marco de una reacción contraria a algunos de los principios de la *nouvelle cuisine*. Tal fenómeno se produjo en un momento inmediatamente posterior a su encumbramiento y es posible ilustrarlo con casos concretos, señalados por el sociólogo y antropólogo de la cocina Jean Pierre Poulain. El autor cita dos ejemplos de lo que el llama la cocina de «ensamblado de sabores», es decir, aquella que apuesta por la yuxtaposición de sabores frente a la síntesis de sabores, opción tradicional de la cultura culinaria occidental. Se trata de dos recetas de Michel Bras: una creación original, los «alones de ave», y la reinterpretación de un clásico francés, las ancas de rana a la provenzal, bautizadas por el *chef* como «jamoncitos de rana con puré de ajo y jugo de perejil». En ambos casos, el componente principal se presentaba por separado de salsas y guarniciones, de manera que era el comensal quien decidía en qué proporciones combinaba los elementos disociados, regulando las mezclas, la intensidad de los sabores y el predominio de unas texturas sobre otras. Esta propuesta no solo rompía con la tradición de las formas de comer occidentales, sino que se rebelaba abiertamente contra la tiranía del chef instaurada por la *nouvelle cuisine*, un movimiento que acabó con la participación activa del *maître* de sala sobre el producto final y con la adaptación de la receta al gusto del comensal. En ambos ejemplos el consumidor volvía a tener margen de acción (no estaba obligado a comer lo que el *chef* había decidido en las dosis que había decidido), sino que comía a la manera japonesa. Poulain apunta, con acierto, la enorme influencia en estos platos de la cocina *Kaiseki Ryori*, una cocina de yuxtaposición más que de síntesis.⁹

A decir verdad, la *nouvelle cuisine* había dinamitado la liturgia tradicional del restaurante, heredada del siglo XIX y mantenida,

bajo el signo de Escoffier, durante buena parte del siglo XX. Los chefs de la *nouvelle cuisine* sacaban los platos terminados en la cocina de manera que el personal de sala se limitaba a colocarlos sobre la mesa. Con ello se acabaron las exhibiciones del *maître* para preparar un *steack tartar* o sus «ridículos ballets» —en palabras de Revel— en torno a las *crêpes Suzette*. En este panorama, el mayoritario a partir de los setenta, los restaurantes japoneses terminarían llenando un vacío al recuperar la puesta en escena performativa, esta vez con cocineros que oficiaban delante de los comensales captando su atención con sonidos, aromas y vistosas exhibiciones de habilidad. Toda una experiencia sinestésica. Baste pensar en la ya omnipresente —y, por qué no decirlo, ruidosa— plancha japonesa o *teppanyaki*, cuyo éxito al otro lado del Atlántico se atribuyó a Rocky Aoki, un boxeador retirado que la popularizó Estados Unidos a partir de 1977 inspirándose supuestamente en una escena de *Muslo o Pechuga*, comedia cinematográfica protagonizada un año antes por Louis de Funès.¹⁰ A la vista de opciones tan sugerentes, era de esperar que el cliente occidental no se resignara siempre a un papel pasivo, sino que terminara demandando su participación en el ritual del restaurante o, al menos, un cierto grado de parafernalia. El cuidado de las formas es un valor seguro y hoy en día los exclusivos locales que ofrecen cocina *Kaiseki* o cocina imperial se han convertido en auténticas mecas para el *gourmet* occidental, que paga precios astronómicos por disfrutar de la más ceremoniosa entre las cocinas niponas. Hasta hace poco en el restaurante *Mibu* de Tokio, con una sola mesa, se podían llegar a cobrar 6000 euros

10 *L'aile ou la cuisse*, una película dirigida por Claude Zidi en 1976. El guión, firmado por Zidi, fue escrito en colaboración con Michel Fabre y la dirección de fotografía corrió a cargo de Claude Renoir. En la película Louis de Funès encarnaba al director de la prestigiosa guía *Duchemin*, trasunto cómico de la guía gastronómica *Michelin*. La escena del restaurante japonés, una de las más logradas del film, comienza con dos trozos de calamar saltando sobre la plancha y se cierra con una exhibición del dominio del cuchillo que deja estupefacto al crítico gastronómico.

9 Neirinck y Poulain, óp. cit., pp. 134-137.

por una comida para seis u ocho personas, preparada por el chef Ishida, al que seguía en fama Kunio Tokuoka, con establecimientos abiertos en Tokio y Kioto.¹¹ Para los amantes de rituales menos ceremoniales y más asequibles, como el tapeo español por citar un ejemplo, llegó en los últimos años un sustituto convincente, la *cocina Izakaya*, que ofrecía una cocina informal a base de diminutos y vistosos bocados que trabajaban el contraste de texturas y la armonía de sabores inspirándose en la prestigiosa escuela de *cocina Tsuji*.¹² La necesidad de un ritual participativo estaría cubierta, por lo tanto, en un amplio abanico de opciones distintas.

Otro préstamo incorporado a la hostelería occidental desde el País del Sol Naciente se integra dentro del ajuar de mesa. Al margen de la notable influencia oriental que se percibe en el diseño de las vajillas que hoy se utilizan en la restauración —cuestión que excede los márgenes de esta intervención— la aportación más notable en este capítulo es la pieza publicitada en Occidente como *bento box*. El misterio que rodeaba antaño a los platos cubiertos con campana¹³ y descubiertos ante el comensal se recupera a través de las diversas modalidades de *bento*, desde la versión *haute cuisine* del *shokado bento* al más sencillo referente del *makunouchi bento*, diseñado en origen para comer en el descanso de las funciones de teatro *kabuki*.¹⁴ Algunos restaurantes españoles (No-Do y Glass Bar del Hotel Urban, ambos en Madrid) incluyeron esta forma de presen-

tación en sus opciones de menú. La nueva restauración, tanto en las variantes de *catering* (*food&mambo*, Barcelona) como en la oferta *take-away* (Glass Bar, Hespen & Suárez en Madrid) difundieron modelos desechables similares a los utilizados de manera cotidiana en Japón, si eludían eluden las posibles asociaciones visuales con la *fast-food* mediante un diseño de *packaging* muy cuidado que recuerda en sus perfiles a la *bento box* de gama alta (cofre lacado, de bloques superpuestos y compartimentado al interior).¹⁵

LA CONQUISTA DEFINITIVA: DE LA EXPERIENCIA SINESTÉSICA AL «SENTIDO BUCAL»

De todo lo dicho hasta el momento se puede deducir que la cocina japonesa captó al público occidental a través del atractivo visual y del encanto de los rituales (ya fueran novedosos o recuperados, ya fueran elitistas o de origen popular). Los chefs de vanguardia occidentales, sin renunciar a estos poderosos reclamos estéticos, avanzaron en otra dirección complementaria: una vez conquistado el gusto en su acepción metafórica (como juicio estético) intentaron conquistar el gusto en su acepción literal (perceptiva, sensorial), una empresa mucho más complicada habida cuenta del conservadurismo consustancial al sentido del gusto o «sentido bucal». ¹⁶ De ahí que sus propuestas fuesen híbridas, equilibrios

11 Pérez y Capel, óp. cit., pp. 88-89.

12 Pérez y Capel, óp. cit., pp. 87-88.

13 Difundida en el siglo XVIII para mantener calientes los platos en el antiguo servicio a la francesa, sobrevivió a la difusión del servicio a la rusa en la mesa señorial y muy especialmente en la alta restauración, donde se ha seguido utilizando hasta hoy si bien es verdad que con desigual frecuencia. De hecho, en la actualidad su uso se ha recuperado sobre todo para crear un efecto sorpresa y no tanto de acuerdo con su función original de mantener el calor (no es necesario en el servicio actual y además puede ocasionar un desagradable efecto de condensación). Girard, S., *Histoire des Objects de Cuisine et de Gourmandise*, París, Jacques Grancher, 1991, pp. 76-77.

14 Hosking, óp. cit., pp. 30 y 226.

15 El catálogo de la distribuidora catalana Solé Graells ofrecía a los profesionales de la restauración varias modalidades de *bento lunch*. Se trataba en todos los casos de un cofre de tres compartimentos superpuestos en polipropileno —transparente, blanco o negro— con estuche de cartón provisto de asa para su transporte. Solé Graells era en 2008 el distribuidor exclusivo de la empresa Comatec. *Original Packaging*.

16 Admitido el significado dual de la palabra *gusto*, en los últimos años se ha preferido aludir al sentido del gusto con la expresión «sentido bucal» (Duffy y Bartoshuk), un término que tiene, además de su precisión, otras ventajas, entre ellas la de abarcar todas las sensaciones perceptibles en la boca, tanto las que atañen al gusto stricto sensu (como capacidad de percibir sabores) como al tacto en boca (sensaciones cutáneas de temperatura, irritación, textura o astringencia) y a la interacción con el olfato (como capacidad de percibir aromas en fase retronasal). La sustitución del sentido del gusto por el

entre lo conocido y lo desconocido para el paladar. Lograr una armonía entre lo familiar y lo extraño se reveló como la mejor estrategia para consumir la seducción.

La primera corriente en hibridar ingredientes, sabores y técnicas fue la cocina de fusión, un término acuñado en los ochenta para designar una cocina de mestizaje que surgió en la industria hostelera del Pacífico y pasó después a Estados Unidos, donde tuvo un gran éxito inicial pero pasajero.¹⁷ En Europa, la cocina de fusión dio frutos más tardíos pero mucho más interesantes. El chef Alberto Chicote era el exponente representativo de esta línea de trabajo en España.

Una propuesta pujante hasta hace uno o dos años era la llamada cocina *nikkei*, que fusionaba los ingredientes y condimentos propios de la cocina peruana criolla con técnicas y conceptos de la cocina japonesa. Aunque la tendencia eclosionó a mediados de los ochenta, su éxito fue posterior y sus antecedentes remotos. En realidad la cocina *nikkei* se podría considerar el resultado de un largo proceso de mestizaje culinario, fruto de la integración de un amplio colectivo japonés establecido en Perú a partir de aquellos obreros que acudieron a trabajar a las haciendas azucareras entre 1899 y 1923.¹⁸ Característicos de la cocina *nikkei* eran algunos platos tradicionales de Perú, a base de pescado crudo y macerado, como el ceviche o el tiradito. Esta base local se «japonizaba» —si se me permite la expresión— a través de dos vías: mediante técnicas de corte y de presentación tomadas de Oriente y, en segundo lugar, mediante la observación de un concepto clave en la cocina japonesa, el máximo respeto a las cualidades originales del producto. Esto último, en la práctica, suponía una reducción drástica de

«sentido bucal» se adapta mejor a las teorías científicas sobre el gusto que apuntan a la extrema dificultad para aislar las sensaciones estrictamente gustativas. Korsmeyer, «La ciencia del gusto», óp. cit., pp. 101-144, especialmente las pp. 119-120.

17 Pérez y Capel, óp. cit., pp. 85-86.

18 Pérez y Capel, óp. cit., pp. 91-92.

los tiempos de maceración, mucho más dilatados en el ceviche tradicional. El iniciador de esta propuesta comercial fue Sato (Restaurante Costanera en Lima), aunque poco después su figura fue eclipsada por el famoso cocinero Nobu (*alma mater* de la aventura gastronómica de Armani) y por su antiguo socio, Toshiro Konishi, un mago del *hocho* que fue cocinero del presidente Fujimori para recalar más tarde en la escena española.

CONCLUSIONES: EL FUTURO EN LA ERA DE LA GLOBALIZACIÓN

Con la cocina *nikkei* se cierra el último capítulo de una historia aquí solo brevemente esbozada. La historia de cómo una cocina extranjera se apoderó del gusto estético de Occidente para terminar apropiándose de algo mucho más reticente a las innovaciones, pero difícilmente deslindable del anterior en cuanto hablamos de gastronomía, el sentido del gusto. La continuación de este proceso, todavía en marcha, ha de venir de un segundo movimiento, la asimilación de técnicas y conceptos de la cocina occidental por parte de la cocina japonesa y la posterior recepción de esta vía híbrida en Occidente. Un buen ejemplo de este fenómeno de *feedback* sería la tendencia de fusión franco-japonesa capitaneada por la cocinera Mariko Uenu. Nacida en Tokio y formada en la escuela Cordon-Bleu de París en los años de gloria de la tradición francesa (los setenta), Uenu es la creadora de la cocina Wa-Fumi (Equilibrio-Sabores). Esta tendencia ensayada primero en Japón y llevada de regreso a Europa con el impulso de dos exposiciones temáticas (2001-2003) así como de una abundante producción editorial, ponía al alcance de todos —no solo de la alta restauración— una propuesta que aunaba lo más atractivo de ambas tradiciones—.¹⁹

19 Tras su formación en Francia regresó a Japón donde fundó una escuela de cocina para no profesionales con una línea de platos que combinaban el *charme* de la tradición francesa con la variante menos ceremoniosa y más asequible de la coquinaría japonesa, introduciendo de paso una amplia nómina de ingredientes occidentales en el recetario nipón. Esta «modesta revolución

La trayectoria de Mariko Uenu, aunque no tan conocida como la de otros creadores, ilustra a la perfección los movimientos de ida y vuelta representativos de los efectos que ha tenido la globalización en la cultura y el mercado gastronómicos. Por el momento, la balanza se inclina del lado japonés en la dimensión estética del gusto. En la literal, los pesos están equilibrados.

UN TIEMPO Y UN ESPACIO PARA EL RECUERDO

gastronómica» tuvo una gran difusión gracias a la labor divulgadora de Mariko Ueno, con 16 libros publicados y varios programas de éxito en la televisión. Una vez superada esta etapa en su país de origen la cocinera volvió a Francia, donde se instalaría finalmente tras el éxito de la muestra *Wa Fumi, Los sabores de Japón*, celebrada en *La Grande Epicerie* de París (2001). La misma iniciativa se presentó dos años más tarde en los almacenes Takasimaya de Tokio, esta vez, sin embargo, la referencia al exotismo se eludió en el título (*The WaFumi, style by Mariko Uenu*) a favor de la referencia personal, un *tic* inequívocamente occidental, en la línea del concepto *cocina de autor*.