

¿Por qué a los japoneses les gusta la comida española?

Caso de estudio en Kanazawa

Adaptación de Trabajo Final de Grado (Universitat Autònoma de Barcelona), tutorizado por la profesora Ester Torres Simón

1. Introducción

La idea de que los japoneses disfrutan de la gastronomía española puede resultarnos extraña debido a la percepción, bastante extendida, de que su comida es completamente distinta a la nuestra. La mirada exotizante con que Occidente ha observado durante siglos a Japón ha calado en nuestro imaginario sobre su gastronomía, que suele ir acompañada de adjetivos como exótica, armoniosa y oriental; y es una de las razones por las que la inmensa mayoría de los extranjeros considera la comida japonesa como distinta a la propia (Norinchukin Bank, 2023). Pero sorprendentemente, como veremos en este estudio, muchos japoneses sienten familiaridad por la comida española y afirman que se parece a la suya.

Son muchos los medios que proclaman la popularidad de la cultura y gastronomía española entre los japoneses y que afirman que el número de restaurantes está creciendo, pero no hay datos ni estudios que puedan darnos una idea clara de la magnitud de su éxito o las razones de éste. Así pues, en este estudio se dará respuesta a dos incógnitas: hasta qué punto es popular la gastronomía española en Japón; y cuáles son las razones de su éxito.

Los datos y opiniones que se presentan han sido desarrollados a partir de cinco entrevistas semiestructuradas con los dueños de los restaurantes españoles de Kanazawa, una ciudad japonesa de tamaño medio. La información obtenida durante el trabajo de campo ha sido complementada y comparada con los datos contextuales extraídos de diversas fuentes, mayormente redactadas en japonés y que nunca han sido traducidos al español o inglés, por lo que se ofrece una aproximación novedosa a la gastronomía española tal y como la entienden los japoneses.

Ramón del Río Calvo

Graduado en Estudios de Asia Oriental, con mención en Japonés, y estancia en la Universidad de Kanazawa, Japón, a través del programa Erasmus+, Universidad Autónoma de Barcelona.

Interesado en los estudios culturales y lingüísticos de la región Asia Pacífico. Actualmente investigando sobre turismo y gastronomía, y trabajando dentro del sector de la enseñanza del japonés en España.

2. Metodología

El trabajo de campo que fundamenta este estudio tiene como objetivo suplir la falta de información que pueda responder las preguntas presentadas en la introducción. Los datos fueron obtenidos en la ciudad de Kanazawa, Ishikawa, durante el otoño de 2023 mediante entrevistas semiestructuradas a varios dueños y cocineros de restaurantes de comida española. Las conversaciones fueron realizadas en japonés siguiendo libremente el guión de la entrevista, redactado en japonés y español.

La selección de informantes fue realizada mediante las páginas *Google Maps* y *Tabelog*, en las que aparecen siete restaurantes de gastronomía española (スペイン料理) en Kanazawa: *Arroz, Casa de Live Kanazawa, Sonrisa, Ochenta y Ocho, Blanco, Comer: Mar y Montaña* y *Respiración*. Se solicitó una entrevista a los dueños y/o cocineros de cada uno de ellos, que en su mayoría se mostraron dispuestos a colaborar. Solo el dueño del *Blanco* rechazó la entrevista alegando que no tenía demasiada experiencia en el sector, ya que había comprado recientemente el negocio, que anteriormente había pertenecido a los dueños de los restaurantes *Comer* y *Respiración*. En el resto de casos accedieron sin reservas a participar, con lo que pudieron realizarse cinco entrevistas que tratan sobre seis de los siete restaurantes de la ciudad.

Todas las conversaciones se llevaron a cabo en los restaurantes correspondientes, en las horas previas a su apertura o durante el turno de noche, y la mayoría duró entre treinta minutos y una hora. El tiempo en los restaurantes también fue aprovechado para conversar con algunos clientes y tomar notas sobre los menús, las características del establecimiento, probar algunos platos etc. Tres de las entrevistas pudieron ser grabadas para su posterior transcripción, mientras que en las otras dos el ruido ambiente o las circunstancias en que se desarrollaron lo impidieron. Para la grabación de audio se utilizó un móvil *Google Pixel 7*, mientras que en los casos en que no pudo grabarse se copiaron las respuestas de los informantes. A partir de la grabación se realizaron tres transcripciones que sirvieron como base para realizar la traducción al español de las entrevistas. Se redactó un Consentimiento Informado a partir del modelo ofrecido por la Universidad de Nagoya (Nagoya City University, 2020), en el que se explica a los participantes las garantías de privacidad y confidencialidad que corresponden a un trabajo de campo de este tipo. En él también se refleja que el anonimato de los entrevistados solo podrá ser parcial, ya que a lo largo del trabajo aparecen con el nombre de sus respectivos restaurantes.

Además de la información obtenida mediante las entrevistas y la observación participante, este estudio se sirve de una gran variedad de fuentes para contrastar y complementar las respuestas obtenidas, especialmente acerca de cuán popular es la gastronomía española en Japón. La falta de estadísticas que ofrezcan una respuesta clara nos obliga a fijarnos en datos contextuales tales como encuestas sobre preferencias culinarias, estudios acerca del turismo japonés en España y los datos ofrecidos por *Google Trends* que serán discutidos más adelante.

3. Turismo japonés en España

Para varios informantes, viajar a España y probar comida española “auténtica” sirvió como inspiración para dedicarse a la cocina española en Japón. También entre los clientes, haber viajado a España suele ser una de las razones por las que les gusta su gastronomía o aprecian su diversidad,

lo que parece apuntar a que existe una relación entre el turismo en España y el gusto por su cocina. Tal y como destaca Noya en su estudio de la imagen de España en Japón, el turista japonés da mucha importancia a la gastronomía local (現地グルメ), por lo que las actitudes de los turistas japoneses pueden ser un buen indicativo de la popularidad de la cocina española (Noya, 2004). Según el *Informe anual sobre turismo* realizado en 2019 por el gobierno japonés¹, la mayoría de los encuestados seleccionaron “comer buena comida”² cuando se les preguntó qué era “aquello que más querían hacer en el país de destino”³ (Japan Travel Bureau Foundation, 2019, pág. 43). En el caso de los encuestados que habían visitado España (59 personas), los individuos que seleccionaron la comida como aquello que más deseaban hacer fue solo de un 10,9% frente al 18,9% de media. En cambio, España fue el país que obtuvo el porcentaje más alto en el apartado “ver lugares de interés cultural”⁴ con un 43,2%, frente al 16,3% de media (Japan Travel Bureau Foundation, 2019, pág. 43).

Aunque estos porcentajes parecen rechazar la posibilidad de que la gastronomía sea una de las razones por las que los japoneses visitan España, debemos aclarar que esta pregunta obliga a los encuestados a escoger solo una de las opciones posibles, por lo que es predecible que la enorme popularidad de los “lugares de interés cultural” españoles en Japón –especialmente la Sagrada Familia y el modernismo– supere a la gastronomía independientemente de su aceptación. Por otra parte, los países que superaban la media en el apartado gastronómico eran todos países próximos a Japón, mientras que Italia, el país europeo con un porcentaje más alto solo llegaba a un 13,9%, bastante inferior a la media (18,9%). Dado que la popularidad de la gastronomía italiana en Japón es indiscutible, estos datos no deberían entenderse como una falta de interés por su gastronomía, sino como consecuencia de otros factores como el elevado coste del viaje o el atractivo turístico de los países europeos, que supera el interés en su gastronomía. Tomando esto en cuenta, el porcentaje de encuestados que destacaban la gastronomía entre las razones para visitar España es considerablemente alto, ya que es el segundo más elevado de Europa, después de Italia y por encima de Francia.

Otra de las preguntas que aparecen en el estudio es acerca de las actividades que los encuestados habían disfrutado durante su visita⁵. A diferencia de la anterior, este apartado era multirrespuesta. Los participantes que habían viajado a España nombraron la gastronomía entre las cosas que más habían disfrutado en un 56,10%, un 7% más que la media de países (Japan Travel Bureau Foundation, 2019, pág. 48). Este resultado lo sitúa en cuarta posición respecto a la gastronomía, por encima de países como Italia, Francia o Tailandia, lo que apunta a que los japoneses que visitaron España quedaron satisfechos con la experiencia culinaria. Lo mismo puede verse en el estudio de Noya, en que los encuestados satisfechos con su visita a España, el 91%, nombraron la comida como una de las principales razones (Noya, 2004, pág. 280). Si comparamos los datos de Noya con los del estudio anterior, podemos aceptar los resultados que afirman que: “Lo que más gusta de nuestro país son los edificios históricos-museos (74%), la cultura y tradiciones (74%) y la buena comida (70%)” (Noya, 2004, pág. 276).

1 A pesar de que se han publicado informes posteriores al de 2019, los efectos de la pandemia del coronavirus en el turismo internacional impiden que los datos que se recogen sean de utilidad para este trabajo.

2 Lit: “おいしいものを食べること”。

3 Lit: “旅行先（国・地域）別の最も楽しみにしていたこと”。

4 Lit: “文化的な名所を見ること”。

5 Lit: “現地で楽しんだ活動”。

Uno de los testimonios recogidos por Hida y Coenders en su estudio acerca del turismo gastronómico japonés en las zonas rurales catalanas lo resume perfectamente: “I would rather join a heritage tour than a gourmet tour, but if it is combined, it is great!” (Hida & Coenders, 2016, pág. 49). En dicho artículo también se destaca la familiaridad que los turistas japoneses tienen con la gastronomía española:

Japanese travelers have deep familiarity with Spanish foods in general. This is because of the taste and ingredient similarities with Japanese food, of the current fashion of Spanish food and culture in Japan, and of the availability of Spanish restaurants in Japan (Hida & Coenders, 2016, pág. 50).

Según estos autores, la similitud entre ambas cocinas, que trataremos más adelante, así como cierta familiaridad fruto de la “moda” de comida española en Japón, garantiza a los turistas que la “comida local” que degustarán en España será de su agrado, algo que también puede deducirse de los datos analizados anteriormente. Así pues, podemos concluir que la gastronomía española es uno de los principales motivos de satisfacción entre los japoneses que han visitado España, pero sigue siendo menos importante que los atractivos culturales y turísticos.

4. ¿Es popular la gastronomía española en Japón?

Para todos los informantes que participaron en las entrevistas, la respuesta a esta pregunta es clara: la gastronomía española es mucho más popular que en el pasado, pero aún tiene margen para crecer. Los dueños del restaurante *Casa de Live Kanazawa*, el más antiguo de la ciudad, han sido testigos de esta evolución desde que abrieron en 1978: “Ahora sí. Depende de la persona, pero ahora es mucho más popular que cuando abrimos. Antes no había nada. Ahora todo el mundo conoce el ajillo o la tortilla, pero nosotros fuimos los primeros”. Otra opinión que resulta interesante es la de *Sonrisa*, quien afirma que la gastronomía española está en crecimiento, pero que aún tiene que volverse más popular:

Pregunta) ¿Diría que la comida española es conocida si la comparamos con la de otros países europeos?

Sonrisa) Creo que es fácil de comer, en el sentido de que la forma de realzar y mantener el sabor de los ingredientes encaja con las preferencias de los japoneses, pero creo que aún no es tan conocida. De ahora en adelante creo que se irá popularizando. (...) Como a los japoneses les gustan los fideos, los espaguetis y la pasta italiana entraron y se popularizaron antes. Desplazarla de esa posición creo que es bastante difícil. Aunque puede que haga falta algo de tiempo para que la comida española se introduzca por completo en Japón, creo que los japoneses la irán aceptando durante los próximos años.

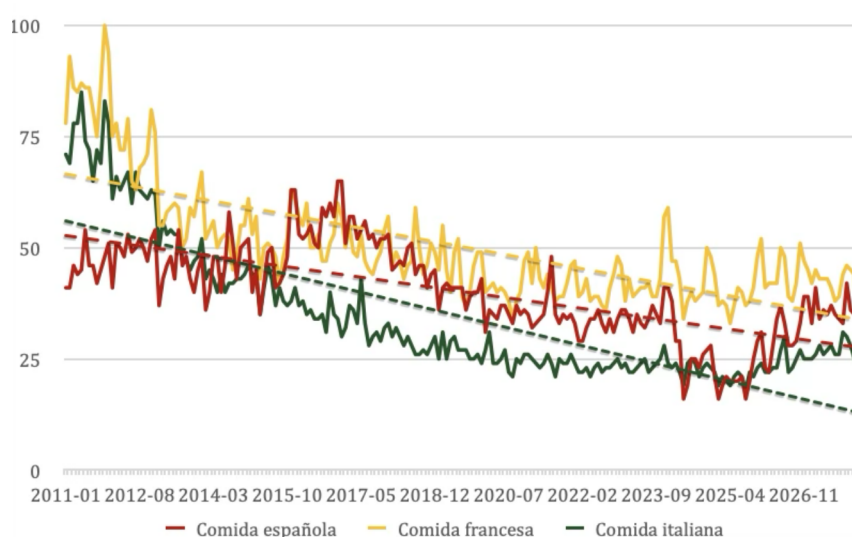
Pese a que todos los informantes opinaron lo mismo, solo Ochenta y Ocho pudo ofrecer datos concretos, muy ilustrativos pero inciertos:

Ochenta y Ocho) Pero de todas formas la gastronomía española no es tan popular como la francesa o la italiana. Sigue siendo relativamente rara. No estoy seguro de si estos datos son correctos o no, pero un colega cocinero me dijo que hace unos 10 años en Japón había aproximadamente 20.000 restaurantes de comida italiana. En cambio, según esa estadística, solo había 5.000 restaurantes de comida española.

Esta estadística, que no puede encontrarse en Internet, muestra un dominio claro de la gastronomía italiana, algo que podemos confirmar si visitamos cualquier buscador de restaurantes en línea. Según los más usados en Japón (*Tabelog*, *Rakuten Gurunabi* y *Retty*), los restaurantes italianos son los más numerosos entre los de países europeos, mientras que los franceses serían los segundos y los españoles los terceros⁶. Aunque encontramos el mismo orden en las tres páginas, las cifras que ofrece cada una son muy dispares: en *Tabelog* aparecen 34.000 italianos, 11.092 franceses y solo 1.461 españoles; mientras que en *Rakuten Gurunabi* hay 18.501 italianos, 10.479 franceses y 5.077 españoles, cifras más parecidas a las de *Ochenta y Ocho*.

Google Trends, una función de *Google* que nos permite consultar el número de búsquedas acerca de uno o más términos en un país, también nos permite comparar el número de búsquedas que reciben la comida española, la francesa y la italiana en Japón. En el siguiente gráfico podemos ver cómo la gastronomía española (rojo) ocupa una segunda posición bastante clara.

Figura 1. Evolución de las búsquedas de los términos ス페인料理 (comida española), フランス料理 (comida francesa) e イタリア料理 (comida italiana) entre los años 2007 y 2024 en Japón. Elaboración propia a partir de datos obtenidos de Google Trends, 2024.



A diferencia de lo que habíamos observado anteriormente por el número de restaurantes, la primera posición la tiene la comida francesa, por encima de la italiana. Esta discrepancia podría deberse a la familiaridad que los japoneses tienen con la gastronomía italiana, algo que comentó *Respiración*:

Respiración) Y el problema con la comida italiana es que comprar pizza, pasta o tiramisú se popularizó demasiado. Se come demasiado. Además, grandes compañías producen comida italiana que se puede comer hasta en supermercados y *konbini*⁷. (...) Por eso dejó de ser un tipo de comida que la gente quiera ir a comer a un restaurante. Pero la comida española no se ha extendido a ese nivel.

Ciertamente la comida italiana puede encontrarse por todo Japón a un precio muy económico, como en la cadena de restaurantes familiares *Saizeriya*, que cuenta con más de mil establecimientos (*Saizeriya*, 2023). La cocina española, por otra parte, no se ha extendido tanto, lo que permite que siga siendo una comida más “de ocasión”, algo que también opinaba *Casa de Live*. Como podemos

6 Pueden consultarse las cifras mencionadas en las siguientes direcciones: <https://tabelog.com/> - <https://gurunabi.com/ja> - <https://retty.me/>

7 Tiendas de alimentación de tamaño menor a un supermercado en que es común comprar comida preparada. Las tres cadenas más grandes son *7-Eleven*, *Family Mart* y *Lawson*.

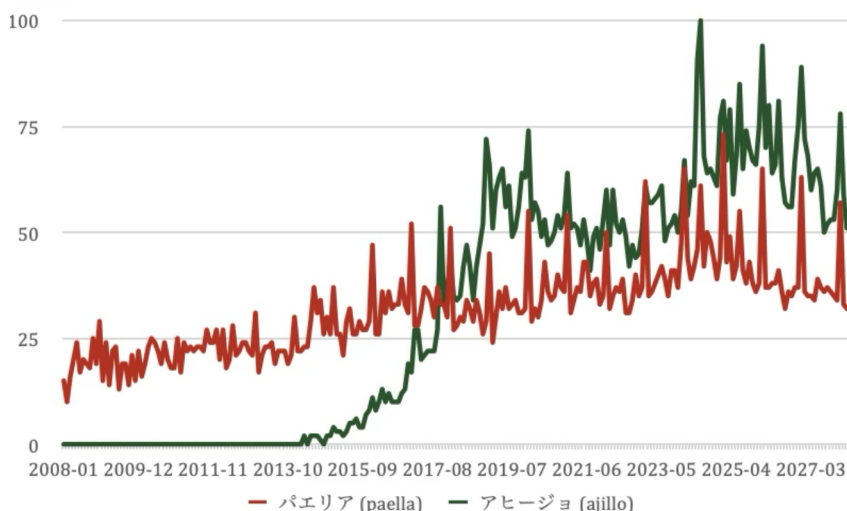
ver en el gráfico, desde 2004 el número de búsquedas de las tres cocinas estudiadas ha tenido una tendencia descendente, pero la española es la que tiene una línea de tendencia menos pronunciada, algo que podría indicar que suscita un interés más constante, o que los japoneses tienen una menor familiaridad con ella. Por otra parte, la gastronomía española también suele compararse favorablemente con la francesa por el grado de lujo y formalidad con la que se asocian:

Pregunta) ¿Cree que está más cerca que la comida francesa?

Sonrisa) Creo que sí. La comida francesa es un poco como si hubiera que ir de traje, hacer así [hace gesto de comer en un ambiente muy formal o elegante], comer sin hacer mucho ruido... Pero aquí, si armas un poco de jaleo mientras bebes no pasa absolutamente nada. Eso me gusta mucho. Creo que es un punto a favor.

Al contabilizar los restaurantes europeos por país debemos tener en cuenta el elevado número de restaurantes de *seiyōryōri* (comida occidental) que ofrecen todo tipo de platos “occidentales”. Este modelo de negocio puede mostrarnos qué platos han logrado trascender la etiqueta de la comida nacional a la que pertenecen. En el caso de la comida española, los platos que encontramos en estos restaurantes suelen ser los más típicos según los informantes: paella, tortilla, ajillo y jamón, entre otros. Al buscar estos platos en las páginas anteriores, los más populares parecen ser la paella y el ajillo, presentes en las cartas de todo tipo de restaurantes, sean de comida española o no. Según *Tabelog*, en todo Japón hay 1.461 restaurantes de comida española, mientras que 5.400 ofrecen paella y 24.036 sirven ajillo, casi veinte veces más. El sorprendente número de restaurantes que ofrecen ajillo podría deberse a que es una forma sencilla y sabrosa de cocinar todo tipo de pescados y mariscos, muy apreciados por los japoneses. Podemos observar el crecimiento del ajillo con *Google Trends*:

Figura 2. Evolución de las búsquedas de los términos パエリア (paella) y アヒージョ (ajillo) en Japón entre 2004 y 2024. Elaboración propia a partir de datos obtenidos de Google Trends, 2024.



Como vemos en el gráfico, el ajillo (verde) era un plato prácticamente desconocido en Japón hasta que a principios de la década de 2010 empezó a crecer exponencialmente. Actualmente ha superado a la paella como el plato de comida española más buscado, pero no podemos atribuir este hecho únicamente a su popularidad, ya que la familiaridad que los japoneses tienen con la paella seguramente hace innecesaria su búsqueda en muchos casos. Aun así, su crecimiento es sorprendente y refuerza los datos obtenidos a través de los buscadores en línea.

En la página web de la compañía de encuestas *MyVoive Enquete Library*, una de las más importantes en Japón, podemos ver los resultados de una serie de encuestas realizadas entre 2007 y 2023 acerca

de los géneros culinarios más populares en Japón. Según los resultados obtenidos en 2007 y 2012, la gastronomía española ocupaba la sexta posición entre los países extranjeros, mientras que en las ediciones de 2015 en adelante había ascendido al quinto puesto (MyVoice Enquete Library, 2023). Es necesario remarcar que los porcentajes de todas ellas han descendido desde el 2007, especialmente en el caso de Italia (del 65,4% al 48,3%) y Francia (del 33,1% al 22,3%), mientras que la gastronomía española ha aumentado ligeramente en las dos últimas ediciones, pasando de un 14,2% en 2007 al 14,6% actual (MyVoice Enquete Library, 2023). Aunque la variación es pequeña, la tendencia observada contrasta con la de otros países y parece indicar que, como afirmaron los informantes, la popularidad de la gastronomía española sigue creciendo.

Otra encuesta muy interesante es la realizada por la compañía de encuestas *YouGov*, en la que se consultó a individuos de todo el mundo acerca de la gastronomía de 34 países distintos. Según sus resultados, Japón es el país que menos disfruta la cocina extranjera (Smith & Sanders, 2019). Como vemos en la siguiente tabla, la comida española recibió un 64% de aceptación entre los japoneses, lo que la coloca en sexta posición después de China, Italia, Francia, Corea y Tailandia. A nivel global, la gastronomía española es la sexta más valorada en todo el mundo con una media del 68%, por lo que los datos de Japón parecen bastante parejos con los obtenidos en el resto de países.

Figura 3. Porcentaje de gente que dice disfrutar las cocinas seleccionadas (eje vertical) ordenados por países (eje horizontal, arriba). Tabla extraída de Smith & Sanders, 2019.

	Philippines	Singapore	Australia	Taiwan	UK	Hong Kong	Britain	Finland	India	France	USA	Norway	Sweden	Malaysia	Vietnam	Germany	Denmark	Spain	Saudi Arabia	Italy	Indonesia	Tailand	China	Japan	
Italian cuisine	90	89	90	81	87	81	91	87	80	93	88	83	92	74	72	89	86	94	78	99	70	69	59	85	84
Chinese cuisine	88	94	86	87	69	91	86	81	77	80	84	77	74	74	73	78	73	71	54	82	57	80	95	88	78
Japanese cuisine	90	94	74	92	58	93	57	63	57	70	74	61	66	73	81	58	81	57	43	62	72	90	54	94	71
Thai cuisine	76	91	85	76	61	84	75	77	66	70	68	74	78	91	75	68	73	56	31	52	51	98	44	48	70
French cuisine	82	79	70	71	71	73	68	74	70	96	69	74	79	58	72	62	68	70	63	60	46	62	63	68	70
Spanish cuisine	86	68	74	62	67	67	80	79	58	87	79	81	82	44	45	70	74	98	56	87	36	39	38	64	68
American cuisine	93	83	68	76	75	62	70	69	75	56	91	68	63	65	71	53	70	49	66	54	66	73	51	57	68
Mexican cuisine	85	72	77	62	71	54	76	81	70	78	86	84	77	51	46	71	78	72	64	77	38	54	42	51	67
Indian cuisine	55	77	74	60	71	48	84	71	93	71	55	75	67	70	44	62	67	52	76	57	49	27	26	63	62
Turkish cuisine	61	63	71	49	77	45	67	68	56	62	43	62	65	58	47	64	50	53	85	47	65	32	47	39	57
Korean cuisine	87	86	66	74	50	78	43	45	42	45	58	43	48	66	81	45	32	36	29	32	63	78	52	66	56
Greek cuisine	57	49	77	48	55	47	74	77	46	75	69	75	85	31	32	79	69	62	51	71	27	23	32	22	56
Vietnamese cuisine	66	67	75	63	39	77	53	55	42	74	59	56	54	45	96	57	63	38	18	36	34	67	37	44	55
Hong Kong cuisine	80	91	68	78	45	93	60	38	51	44	50	37	29	54	68	39	33	38	22	35	47	68	68	53	54
German cuisine	59	64	63	62	47	65	51	63	49	51	63	52	57	35	51	87	37	43	38	40	37	54	45	46	52
British cuisine	70	76	71	50	63	61	91	49	68	28	49	45	35	65	61	25	27	26	52	32	58	44	43	20	50
Taiwanese cuisine	68	87	59	96	42	88	37	37	42	46	48	31	25	49	62	41	28	36	24	32	40	54	64	66	50
Singaporean cuisine	72	96	75	68	53	73	55	31	62	31	34	34	24	74	64	33	29	27	26	29	55	52	54	33	49
Indonesian cuisine	59	84	71	49	47	46	54	43	48	44	39	43	44	80	39	50	44	34	46	35	97	26	31	32	49
Malaysian cuisine	65	91	76	61	52	67	58	40	55	35	34	35	30	97	44	34	32	24	37	21	66	34	41	25	48
Australian cuisine	74	74	89	49	52	58	52	47	59	35	43	41	34	54	57	36	42	27	32	35	41	48	41	28	48
Moroccan cuisine	50	49	65	44	63	38	66	49	50	81	47	48	51	45	26	42	44	53	67	50	39	25	34	16	48
Lebanese cuisine	40	50	71	35	82	31	58	42	54	67	47	48	67	43	26	35	39	43	84	45	32	22	31	13	46
Caribbean cuisine	63	50	55	46	47	39	66	57	50	54	68	54	48	31	35	50	44	54	33	49	21	29	30	22	46
Brazilian cuisine	59	45	56	43	48	41	49	47	49	58	55	48	40	28	47	49	42	56	39	66	28	29	42	33	46
Swedish cuisine	50	63	47	49	44	48	47	68	48	41	48	62	92	36	40	42	29	30	35	33	27	29	34	18	44
Argentinian cuisine	55	35	53	42	45	36	46	42	43	54	48	54	41	24	35	60	45	77	29	75	25	24	37	16	43
Danish cuisine	51	48	47	39	39	40	42	56	41	35	41	67	62	33	40	36	85	20	29	25	28	29	32	14	41
Emirati cuisine	51	43	43	48	84	28	23	22	63	30	23	24	22	51	49	27	18	27	71	24	53	29	29	14	37
Norwegian cuisine	47	48	39	41	41	42	31	52	38	40	38	81	41	31	36	33	27	27	26	27	23	30	31	17	37
Filipino cuisine	97	41	56	35	48	29	29	37	39	31	45	40	25	33	38	38	30	26	25	25	29	25	29	21	36
Saudi Arabian cuisine	47	42	41	33	67	30	18	21	60	29	24	20	22	66	28	24	22	28	89	25	64	22	31	11	36
Finnish cuisine	47	37	37	33	35	38	23	94	39	33	27	28	36	26	39	26	13	18	26	24	23	26	30	14	32
Peruvian cuisine	47	33	44	33	37	31	27	30	39	39	44	30	27	19	37	28	21	50	23	39	21	16	28	16	32
AVERAGE	67	66	65	57	57	57	56	56	55	55	54	54	52	52	52	50	47	46	46	46	45	44	42	39	

AVERAGE ATTITUDE TOWARDS CUISINES BY NATION

Nations most likely to enjoy foreign cuisine Nations least likely to enjoy foreign cuisine

En conclusión, los datos que hemos visto en el apartado sobre el turismo en España y los que hemos estudiado en esta sección confirman que la gastronomía española es una de las más apreciadas por los japoneses, seguramente la quinta o sexta más popular entre las cocinas extranjeras. Por otra parte, es indiscutible que no puede compararse en popularidad con la italiana y la francesa, dos

cocinas mucho más establecidas desde hace años. Algunas de las fuentes consultadas también apuntan a que el número y el éxito de los restaurantes y bares españoles sigue creciendo en Japón, lo que refuerza los testimonios obtenidos en las entrevistas, pero no podemos afirmarlo por falta de datos.

5. Dos cocinas parecidas

La paella: arroz y marisco

La popularidad de la paella de marisco en Japón es un hecho irrefutable. Desde hace décadas, la imagen de España que poseen los japoneses está tan basada en este plato de origen valenciano como en la Sagrada Familia, el flamenco o, más recientemente, el fútbol. La fama de la paella puede verse en las respuestas de los informantes cuando se les preguntó cuál era la imagen que los japoneses tenían de la gastronomía española:

Arroz) Los japoneses lo primero que conocen es la paella, claro. Después es el flamenco. Después sería la tortilla. Esos tres.

Respiración) Naturalmente lo primero es el jamón, la paella, la tortilla española y el ajillo. Aparte de eso creo que no conocen nada.

Sonrisa) Si te soy honesto, antes de dedicarme a la comida española en serio, la imagen que tenía era paella, tortilla española y ajillo. Prácticamente solo esas tres cosas.

Según el estudio de Noya, no solo se ha convertido en emblema de la cocina española, sino de la comida mediterránea en general (Noya, 2004, pág. 171). Aunque no hay un solo motivo por el que la paella haya llegado a ser tan conocida, la mayoría de los japoneses considera que el uso de arroz es una de las principales razones: “La paella es un plato a base de arroz, así que encaja muy bien con el gusto japonés, aunque la verdad es que resulta un poco pesada” (Noya, 2004, pág. 79). Lo mismo opinaba *Respiración*:

Respiración) En Japón hay mucha comida española, ¿no? Quizás si no fuera un país donde se come tanto arroz [la comida española] no se hubiera popularizado tanto. Quizás en un país donde el pan es el alimento básico es más difícil. Creo que es más fácil en un país donde se coma mucho arroz.

Su popularidad ha hecho que se convierta en el plato estrella de la gastronomía española y la imagen fundamental con la que se asocia, lo que ha permitido que los japoneses crean que el consumo de arroz de los españoles es comparable al de los japoneses: “Creo que el arroz es también su alimento básico” (Noya, 2004, pág. 79). El cocinero del *Sonrisa* resumió perfectamente la forma en que la paella y la gastronomía española han quedado entrelazadas como uno de los principales ejemplos del consumo de arroz en Europa:

Pregunta) ¿Por qué cree que a los japoneses les gusta la paella?

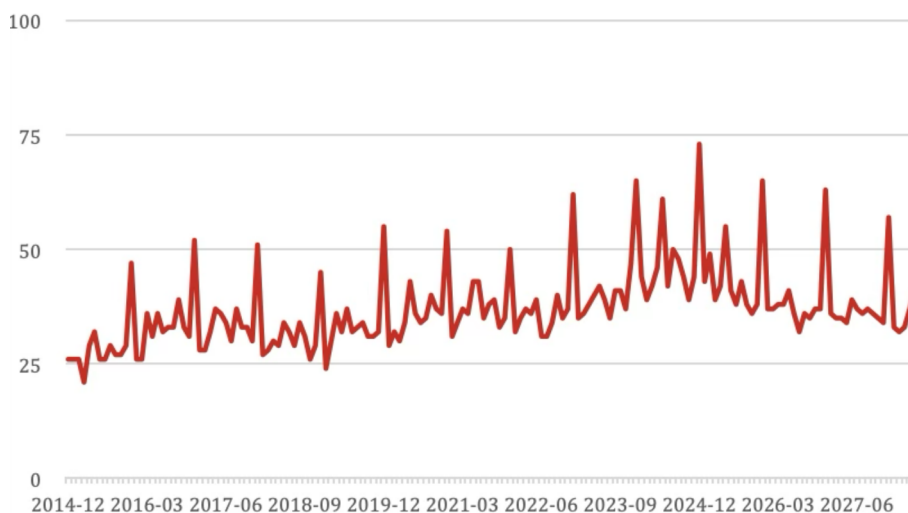
Sonrisa) Creo que en Europa no hay muchos platos que usen el arroz de esa forma. (...) Creo que quizás [la paella] se popularizó tanto porque es un plato con arroz. No lo sé con certeza, pero creo que hace tiempo el plato que sirvió de presentación a la forma en que se cocinaba el arroz

en Europa fue la paella española. (...) Aunque hay muchas diferencias, el punto en común de comer arroz hizo que [la comida española] pudiera popularizarse. Dentro de eso, hay una tendencia a identificar la comida española con la paella. Su papel como representante caló muy hondo. No hubo una introducción a través de algún otro elemento de la cultura española, sino que la paella entró como un *boom*, por lo que se estableció esa igualdad entre cocina española y paella. Creo que existe esa percepción. Mucha gente viene al restaurante sin conocer nada más que la paella, pero descubre que hay muchos más platos buenos.

La asociación de la comida española con la paella ha permitido que los japoneses la vinculen con el arroz, pero también con el marisco y el pescado, dos de los ingredientes más emblemáticos de su cocina (Noya, 2004, pág. 79). Esta equivalencia ha contribuido a la creación de unos estereotipos sobre la comida española que han ayudado a su popularización: “El uso de ingredientes con los que los japoneses tienen familiaridad como el arroz, el calamar o el pulpo también ha jugado un papel en la popularización [de la gastronomía española] en Japón” (Shoku Banku, 2017). La abundancia de arroz, pescado y marisco es un factor que, según Hida y Coenders, también ofrece ciertas garantías a los turistas japoneses de que la comida que prueben en España será de su agrado (Hida & Coenders, 2016, pág. 50).

La asociación de la paella con el marisco puede verse también en *Google Trends*. Como vemos en el siguiente gráfico, el número de búsquedas del término “paella” aumenta cada año en invierno, un hecho que puede resultar sorprendente para aquellos que la asocian con el verano y la playa. Al preguntar a los informantes acerca de esta tendencia, todos ellos relacionaron este fenómeno con el marisco, que en Japón es especialmente bueno en invierno. El cocinero de *Casa de Live Kanazawa*, contestó: “A los japoneses les gustan los productos marinos y el arroz es su alimento básico, así que quizás hay mucha gente que prepara paella en invierno porque puede obtenerse muy buen pescado y marisco. Creo que la paella de invierno está más rica que la de verano”⁸.

Figura 4. Evolución de las búsquedas del término パエリア (paella) entre los años 2010 y 2023 en Japón. Elaboración propia a partir de datos obtenidos de Google Trends, 2024.



La sensación de familiaridad que el marisco de la paella produce en los japoneses se refuerza por la abundancia de platos de pescado y marisco que encontramos en las costas españolas. No es de extrañar que platos como el bacalao al pilpil, el pulpo a la gallega, las gambas al ajillo o los calamares en su tinta fueran mencionados por los informantes como platos de éxito en Japón.

⁸ Cita extraída de un “mensaje directo” de Instagram: 日本人はお米が主食で、魚介が好きで、冬場に美味しい魚介が手に入るので冬にパエリアを作る人が多いのではないかと? 夏のパエリアより冬のパエリアのほうが、美味しいと思います。

También desde el punto de vista del consumo, los japoneses encuentran parecidos con sus tradiciones culinarias: “En la actualidad, la paella se prepara en días en que la gente se reúne para comer como el domingo, de forma similar a como en Japón se cocina *nabemono*” (Oshima, Narita, Senda, & Koshio, 1999, pág. 160). Este término engloba una gran variedad de platos cocinados en una olla o *nabe* que se sitúa en el centro de la mesa para que todos los comensales puedan comer de ella, una costumbre que para muchos japoneses es comparable con la imagen de una familia valenciana comiendo directamente de la paella en domingo. Otro punto en el que la paella encaja con las costumbres japonesas es el concepto de *shime*, que podría traducirse como “cierre” o, en este caso, “plato para finalizar la comida”:

Pregunta) Ya veo, siendo tan famosa, ¿cree que para abrir un restaurante de comida española en Japón es imprescindible ofrecer paella?

Sonrisa) (...) Creo que es recomendable que haya. Es decir, para los japoneses, cuando salen a beber, existe la percepción de que se acaba con una “comida de cierre”. Como si fuera un *course meal*. En la gastronomía japonesa el orden sería: entrantes, *sashimi*, platos asados, guisos, fritos y, para cerrar, arroz. (...) En el caso de la comida española, la paella cumpliría esa función. Aunque no sea un *course meal*, comer arroz para cerrar una comida es muy común en todo Japón.

Como hemos visto, la paella es un plato que encaja con los gustos y tradiciones japonesas a muchos niveles, por lo que es, sin duda alguna, una de las razones por las que la comida española tiene aceptación en Japón. La identificación de nuestra gastronomía con este plato ha ayudado a que se extienda la idea de que en España se come mucho arroz y pescado, algo que ha ayudado a que los japoneses sientan familiaridad con la cocina española, pero los parecidos entre ambos países no acaban aquí.

“Si comieran lo entenderían”: dos gastronomías similares

La primera entrevista, realizada en el restaurante *Arroz*, reveló una cantidad considerable de parecidos entre la cultura gastronómica española y la japonesa. Dos de ellos son el *nikomi* y el *oden*, que según *Arroz* encuentran equivalentes en la gastronomía hispana en el cocido y la sopa, respectivamente. Los ingredientes utilizados y el sabor resultante son distintos, pero la lógica detrás de las recetas y el tipo de consumo que se hace de ellas son parecidos, una opinión que también encontramos en artículos japoneses con títulos como: “¡Solo en la estación fría! El cocido o puchero, el *nikomi* español” (Mori, 2021); o “Comienza la temporada del *oden* español –cocido–” (Makori, 2012). Otro paralelismo mencionado por *Arroz* es el *yakiniku*, literalmente “carne asada”, un método de preparación de la carne de origen coreano que desde hace décadas se ha convertido en una parte fundamental de la cultura gastronómica japonesa. En los restaurantes de *yakiniku* la carne se sirve cruda, y son los clientes los que la cocinan a su gusto en pequeñas parrillas situadas en medio de la mesa, algo que *Arroz* consideró comparable a las parrilladas y asados típicos en España y América latina.

Después del uso de arroz y marisco, el parecido más mencionado en las entrevistas fue el de los bares españoles y los *izakaya*, un tipo de bar de copas extremadamente popular en Japón donde la comida se sirve como acompañamiento al alcohol en raciones similares a las tapas y que, como estas, suele combinar bien con las bebidas. El ambiente desenfadado y ruidoso, e incluso la disposición de las mesas y la barra, donde los clientes pueden sentarse en sillas altas, hacen que el

paralelismo entre bares e *izakaya* parezca indudable, por lo que la mayoría de los informantes afirmaron que “son lo mismo”. El consumo de alcohol mientras se come es también un aspecto fundamental de los bares españoles (vino y cerveza) e *izakaya* japoneses (licores de arroz, cerveza y cocteles), y un punto al que los japoneses dan mucha importancia cuando piensan en la gastronomía española. De los seis restaurantes que participaron en las entrevistas, en cinco de ellos la oferta de vino o cerveza es considerada un punto de atención en su cocina:

Sonrisa) Acerca de la comida española, aunque cada plato requiere una técnica diferente; el único punto que me dijeron que debía tener en cuenta al cocinar y desarrollar el menú es que nuestra comida debería ser disfrutada con vino.

Su importancia puede verse en el nombre y la descripción de algunos de ellos, como el *Ochenta y Ocho*, cuyo nombre completo es *Taberna de Vinos Ochenta y Ocho*. Allí, uno de sus clientes, que hablaba español y había visitado España varias veces, me explicó que cuando probó la comida española no le gustó demasiado, pero que al comerla con vino le encantó. Una posible razón es que, para el paladar japonés, la comida española puede resultar un poco fuerte o pesada:

Respiración) A ver, los sabores de la comida japonesa son mucho más sutiles. La comida española tiene sabores bastante fuertes, ¿no? Sabores pesados y con muchísimo *umami*. Porque al cocinar, al freír, es todo más intenso. Freír bien, cocer bien, que [el rebozado] tenga un color más marrón. Eso creo que hace que tenga tanto *umami*. En Japón no se aprende esa técnica.

La combinación de la comida con alcohol permite que los sabores más potentes de los platos españoles se suavicen y, gracias a la familiaridad que tienen con los *izakaya*, la aceptación del modelo de bar español parece ser sencilla para muchos japoneses.

Otro punto en común fundamental es la filosofía, sorprendentemente parecida, detrás de ambas gastronomías.

Sonrisa) Y, aunque la apariencia y las especias que usamos son completamente distintas, tengo la sensación de que se parece mucho a la comida japonesa. Por ejemplo, la imagen de que la comida francesa es muy compleja está muy extendida. Pero la gastronomía española es sorprendentemente simple. Es frecuente cocinar solo con sal o usar pocas especias, pero realzando el sabor de los ingredientes. La comida japonesa también da esa sensación.

Pese a haber cientos de recetas españolas en que las salsas o los condimentos toman todo el protagonismo, hay otras tantas en que el sabor de los ingredientes es preservado al usar pocos condimentos. Encontramos casos tanto en la costa, donde la preparación estrella de muchos pescados y mariscos solo requiere sal y limón, como en el interior de la península, donde platos como el lechazo, el cabrito o el cochinillo no usan apenas ingredientes que camuflen el sabor del elemento principal. Naturalmente, esto obliga a que la materia prima sea de mucha calidad y esté completamente fresca:

Sonrisa) Puede que como cliente sea difícil de entender, pero desde el punto de vista de un cocinero, realzar el sabor de los ingredientes es algo que en la gastronomía japonesa también es muy importante. (...) en la cocina española también hay platos que usan solo sal para mantener y realzar el sabor de los ingredientes. Las especias son distintas, por supuesto, el sabor también es completamente distinto, pero la sensación al cocinar es que se parecen en esos aspectos.

Esta opinión también puede encontrarse en libros de cocina o artículos académicos, como vemos en la siguiente cita, extraída de una introducción a la comida española publicada en una revista gastronómica:

Por lo general, la gastronomía española no requiere una técnica demasiado compleja. No es una gastronomía que dependa de una gran variedad de especias, condimentos o técnicas culinarias, sino que su calidad radica en combinar hábilmente productos frescos con tal de realzar el sabor que los ingredientes poseen (Taniguchi, 1978, pág. 122).

Por último, debemos mencionar que muchos de los puntos en común entre ambas gastronomías no surgieron espontáneamente, sino que se deben a la historia de intercambio comercial y cultural de los siglos XVI y XVII entre la Península Ibérica y Japón:

The most important food influence during the late Muromachi period was the beginning of a culinary revolution called *nanban ryōri*, often referred to as the cooking of “southern barbarians” because this food was based on Portuguese, Spanish, and, eventually, Dutch and Chinese cuisines. (...) New ingredients, all still eaten today, filtered into Japan –sweet potatoes, potatoes, corn, processed meats, dairy products, and a variety of sweets and pastries like *kasutera* (a sponge cake, whose name is believed to have originated from Castilla, Spain) and *kompeitō* (...). The people of those times adapted these new ingredients to the Japanese palate. A case in point is *tempura*, which evolved from the batter-fried fish European Catholic missionaries ate on Fridays because their religion prohibited the consumption of meat on that day (Seligman, 1994, págs. 170, 171).

Las novedades culinarias introducidas por los misioneros ibéricos perduraron, evolucionaron y crecieron en popularidad durante el período Edo, tras la expulsión de los católicos (Doñas, 2022). Un ejemplo de ello es el *chawan-mushi*, un plato tradicional japonés hecho con natilla de huevo que se come como acompañamiento y tiene su origen en las natillas de la cocina ibérica, aunque su sabor es más bien salado. De entre todos estos platos que podríamos considerar “de ida y vuelta”, el más importante es sin duda la *tempura*:

Ochenta y Ocho) Después está la *tempura*. Nosotros solemos pensar que es un plato 100% japonés, pero en realidad originariamente fue introducido por España y Portugal. Por eso también podemos decir que inconscientemente ya hemos estado comiendo comida española. Además, la gastronomía española [y portuguesa] ha tenido una influencia enorme en la gastronomía japonesa.

Como vemos, la cocina *nanban* también ha contribuido a la larga lista de parecidos que, indudablemente, ha facilitado la popularización de la cocina española y la familiaridad que los japoneses sienten por ella. Esta es la percepción de todos los cocineros entrevistados y de muchos japoneses interesados por la gastronomía, pero quizás la mayoría de la población no es tan consciente de hasta qué punto se parecen:

Pregunta) ¿Cree que los japoneses saben que se parecen tanto?

Arroz) Si comieran, lo entenderían.

P) Antes de eso...

A) Antes de eso, flamenco, paella.

6. Umami

El término *umami*, mencionado varias veces a lo largo del artículo, es fundamental para entender la percepción de la gastronomía española en Japón. Fue acuñado por el químico japonés Ikeda Kikunae a principios del siglo XX para describir el sabor que describió como “the peculiar taste we feel as *umai*”, un adjetivo japonés que suele traducirse como “sabroso” en español y como *savory*, *meaty* o *brothy* en inglés (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 2). Algunas de sus características son su durabilidad, superior al resto de sabores básicos; la sensación de que se extiende por toda la lengua; o la secreción de saliva que genera; pero sigue sin haber una definición precisa de en qué consiste este sabor (Ninomiya, 2020, pág. 8).

Su descubrimiento está muy ligado al *dashi* de *konbu*, un caldo o *dashi* hecho a partir de las algas *konbu* japonesas. El sabor de este caldo no puede ser descrito con los cuatro sabores básicos tradicionales –dulce, salado, ácido y amargo– o sus combinaciones, por lo que se lo considera uno de los ejemplos más claros de *umami*. La razón de su sabor es que las algas *konbu* poseen una gran concentración de ácido glutámico, uno de los tres grandes “componentes del *umami*” también presente en verduras como la cebolla, el ajo, la zanahoria, la col y el tomate (Odashi Koubou, 2022). En el caso del tomate, la concentración de ácido glutámico se multiplica hasta diez veces cuando se seca al sol, lo que genera el potente sabor *umami* que caracteriza a los tomates secos de la gastronomía mediterránea (Ninomiya, 2020, pág. 4). Este es un ejemplo de cómo la fermentación, secado o ahumado tradicionalmente usados como métodos de conservación son también técnicas ancestrales para realzar los sabores de los alimentos (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 167). Otros ejemplos serían la salsa de soja, el *miso* o el jamón curado, del que hablaremos más adelante; pero sobre todo el queso (Inshokuten Dottokomu, 2021). El método de fabricación, el tiempo de curación o el tipo de hongos usados son elementos de los que depende la concentración de ácido glutámico en cada tipo de queso, pero todos ellos destacan por su elevada cantidad. Como vemos, la relación entre concentración de aminoácidos y el sabor del producto es clara, pero no solo existe el ácido glutámico.

El caldo hecho a partir de hojuelas de bonito seco *dashi* de *katsuobushi*, es también fundamental para la cocina japonesa, y es el alimento más representativo de otro de los componentes detrás del *umami*: el ácido inosínico. Está presente en la carne de la mayoría de animales como el cerdo, la ternera o el pollo, pero también en la de pescados como el atún, cuya concentración de ácido inosínico se dispara al someterlo al proceso de secado y ahumado que lo convierte en el *katsuobushi* (Inshokuten Dottokomu, 2021).

El tercer y último componente del *umami* es el ácido guanílico, que se asocia principalmente con las *hoshi-shiitake*, setas *shiitake* deshidratadas, también usadas para la preparación de *dashi* (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 191). Algunos alimentos ricos en ácido guanílico son ciertos tipos de setas, el tomate seco, el erizo de mar y las algas *nori* japonesas (Washoku no Umami, 2022). No es tan conocido por no ser tan común como el ácido glutámico del *konbu* y el ácido inosínico del *katsuobushi*, pero su papel como fuente de *umami* es esencial para entender la popularidad de las setas *shiitake* y del *dashi* que se prepara con ellas y *konbu*.

Otra característica del quinto sabor es el *umami synergism* o sinergia *umami*, un fenómeno según el cual el sabor *umami* del ácido glutámico se multiplica al añadirle ácido inosínico o guanílico, como sucede con el *dashi* (Ninomiya, 2020, pág. 4).

[The *umami* synergism] also explains why *dashi*, the base stock in Japanese cooking, is so tasty despite being made from only two ingredients that are cooked for a short period of time: the *kombu* contributes glutamate, and either the *katsuobushi* contributes inosinate or, in vegetarian *dashi*, dried *shiitake* mushrooms contribute guanylate (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 191).

La mejora que experimentan los platos al combinar dos componentes del *umami* es un hecho probado recientemente por la ciencia, pero las tradiciones culinarias de todo el mundo hace siglos que la usan en todo tipo de recetas: en Japón, el *ramen* combina el *dashi* de *konbu* (ácido glutámico), con la carne de cerdo (inosínico); en China, las *gyoza* o *jiaozi* combinan la col (glutámico) con la carne de cerdo (inosínico); mientras que en España la paella combina el ácido glutámico de las verduras con el ácido inosínico de la carne de pollo o, en su versión más conocida en Japón, del marisco (Odashi Koubou, 2022). El descubrimiento del *umami* y de sus tres componentes ha brindado nuevas herramientas tanto a los estudios culinarios como a la cocina innovadora, algo que científicos y cocineros japoneses llevan décadas explorando. Años de investigación, publicidad, libros de recetas y programas de televisión alrededor del *umami* han hecho que la población japonesa esté mucho más familiarizada con este concepto que en cualquier otro país del mundo, por lo que no es de extrañar que el tema apareciera en varias de las entrevistas y que para mucha gente sea una de las razones del éxito de la gastronomía española en Japón.

7. Umami en la gastronomía española

Paella y “mar i muntanya”

Respiración fue el primero de los informantes en exponer el parecido que había entre el *umami* de los productos usados en España y los que podían encontrarse en Kanazawa. Durante el tiempo que él y sus socios estuvieron viviendo en Barcelona descubrieron un elemento común entre ambas cocinas: la comida de *mar i muntanya* catalana. Según su opinión, el parecido entre la gastronomía japonesa y la española no solo radica en los ingredientes, sino también en una filosofía compartida que no rechaza la mezcla de los productos del mar y de la tierra.

Respiración) Cuando cocinaba comida italiana, la mezcla de los ingredientes de la montaña y del mar era algo bastante tabú. Por ejemplo, si cocinas [pasta] *pescatore* no puedes echarle queso. Pero en la comida española se puede cocinar pollo, calamar y cerdo todo junto, ¿no?

Ciertamente, el plato estrella de la gastronomía española, la paella de marisco, combina ingredientes del mar y de la tierra; pero si indagamos algo más encontraremos un sinnfín de recetas que combinan los sabores de ambos mundos. Especialmente en la costa catalana, platos como el *pollastre amb escamarlans* (pollo con cigalas), el *arròs de mar i muntanya*, o las *mandonguilles amb sípia* (albóndigas con sepia), son ejemplos de una cocina de *mar i muntanya* propia de campesinos y pescadores de la costa del Mediterráneo.

Además de la afinidad con esta forma de pensar de la gastronomía catalana y española, el punto en que puso más énfasis fue en que el *umami* encajaba con el paladar japonés. Aunque pueda parecernos que el sabor de todos los platos mencionados hasta ahora es completamente distinto a los sabores que encontramos en la gastronomía japonesa, el *umami* de ambas tradiciones es sorprendentemente similar:

Respiración) Cuando comí en España me pareció todo buenísimo, me encantó. Igual conoces el ácido glutámico y el ácido inosínico... el *umami*. Inosínico, glutámico; *Mar y montaña*. El mar sería el inosínico. En la montaña hay mucho ácido glutámico, como en el tomate. La misma dicotomía entre el *katsuo* y el *konbu*. El *konbu* tiene glutámico y el *katsuo* tiene inosínico. El sabor *umami* [de la gastronomía española] y esos sabores de *Mar y montaña* también encajan con los japoneses.

Esta cita no solo hace referencia al sabor *umami* de los ingredientes por separado, sino a la sinergia *umami* que surge al mezclar el mar y la montaña, en la gastronomía española, y el *katsuobushi* y el *konbu*, en el *dashi* japonés. Esta similitud, además del uso de marisco en ambas tradiciones, hace que a menudo puedan leerse opiniones como: “The “*Umami*” from seafood and fish are really similar to what Japanese people like at home” (Hida & Coenders, 2016, pág. 50). Esta opinión, que normalmente se limita a la imagen estereotípica de la paella, se refuerza cuando los japoneses descubren otros platos españoles. Algunos ejemplos son el “arroz a banda”, que suele ser descrito como “rico en *umami*” por el marisco que utiliza (Nikkei Style, 2017); o las salsas con tinta de calamar: “La salsa negra es un método tradicional de cocinar tinta de calamar. La clave es añadirle hueso de jamón para reforzar el *umami*” (Watanabe, 2023). En todos estos platos los cocineros japoneses encuentran el mismo *umami* que en las recetas a las que están acostumbrados, por lo que frecuentemente es mencionado en las descripciones de la gastronomía española en japonés.

Pimentón

Ochenta y Ocho también mencionó el *umami* como uno de los principales motivos por los que la gastronomía española gusta en Japón, pero para él la clave es el pimentón ahumado. Ciertamente, aparece en un gran número de recetas tradicionales españolas y, en palabras de un blog de cocina japonés: “dependiendo de si se usa pimentón o no, la *españolidad* de lo que se cocina varía enormemente” (Nieve, 2013). No es de sorprender que en la mayoría de los restaurantes españoles en Japón encontremos botes de pimentón ahumado como decoración y prueba de la calidad y autenticidad de los ingredientes utilizados. No existe bibliografía acerca de las particularidades del pimentón dulce español. Aunque en muchos foros y blogs de Internet se da por hecho que su calidad se debe a su sabor *umami* y ahumado, no podemos saber cuál es el componente –ácido glutámico, inosínico o guanílico– que le da ese sabor. Según *Ochenta y Ocho*, el componente del pimentón ahumado es el ácido glutámico:

Ochenta y Ocho) El *umami* del pimentón se debe al ácido glutámico, ¡tiene *mucho!* (...) al probarlo su sabor recuerda al *katsuobushi*. Son similares. Como ambos tienen el mismo ácido glutámico, como el *katsuobushi* también se hace ahumando el salmón, tienen un sabor similar. Es por eso por lo que los japoneses se sienten atraídos inconscientemente por ese sabor [de pimentón ahumado y de comida española en general].

La comparación entre pimentón ahumado y *katsuobushi* es sumamente interesante, pero encontramos una contradicción en esta teoría, ya que como hemos visto, el *katsuobushi* es el alimento que representa el ácido inosínico por excelencia, y no el ácido glutámico (Ninomiya, 2016, pág. 1330). Su teoría acerca del parecido entre el pimentón y el *katsuobushi* coincide con varias opiniones que encontramos en blogs de cocina en japonés, en los que se pueden leer títulos como “El pimentón, la paprika en polvo con sabor a *katsuobushi*” (Martin's kitchen, 2013); o comentarios como “Acerca del aroma, [el pimentón] se parece al *katsuobushi*. ¿Eh, sabe a marisco y pescado pese a ser una verdura? ¿Tiene ácido inosínico? ¡Qué curioso, jajaja!” (Maononikukyu & Arafifumama, 2023).

Independientemente de si su sabor se debe al ácido inosínico o a otro componente, lo importante es que, para los japoneses, probar el pimentón ahumado es descubrir con sorpresa que esta especia tan utilizada en la gastronomía española tiene un sabor *umami* muy parecido al del *katsuobushi*, un ingrediente fundamental para su gastronomía. En todos los ejemplos que pueden encontrarse en Internet, este parecido es claramente positivo, y en todos ellos se anima al lector a probar esta especia y se le educa acerca de las diferentes variedades que existen –pimentón dulce, picante, de la Vera–, lo que podría ser utilizado por las empresas productoras de pimentón para promocionar su producto en Japón (DOP Pimentón de la Vera, 2022).

Jamón y embutidos

Otro alimento estrella de la gastronomía española que destaca por su sabor *umami* es el jamón ibérico, un producto en pleno crecimiento en Japón y que, como el ajillo, hace años que superó a la paella en número de búsquedas (Google Trends, 2024). El jamón curado de origen español es el más importado en Japón (Tokio, 2022, pág. 3), por lo que resulta natural que se haya convertido en uno de los elementos más reconocibles de la gastronomía española. A primera vista, el jamón serrano es un alimento con un sabor bastante lejano a las preferencias de los japoneses que, según *My Voice*, prefieren los sabores suaves y delicados (MyVoice Enquete Library, 2024). Una posible respuesta a esta aparente contradicción podría encontrarse en el *umami*.

El cerdo ibérico es un producto cada vez más popular en Japón por el potente sabor *umami* que posee gracias a su concentración de ácido inosínico, algo que podemos ver en el número creciente de restaurantes de *yakiniku* que lo ofrecen como uno de sus cortes de mayor calidad (Suehiroya, 2014). Matsuji Hideki, chef del restaurante japonés más renombrado de Barcelona, usa carne de cerdo ibérico para preparar el caldo de sus platos de ramen, en el que el ácido inosínico del cerdo ibérico combina con el ácido glutámico de las verduras de la misma forma que el *katsuobushi* y el *konbu* se combinan en el *dashi* tradicional japonés (Umami Information Center, 2020).

Las páginas japonesas que divulgan y educan a los consumidores acerca del quinto sabor con frecuencia mencionan el *nama hamu*, jamón curado entre los alimentos extranjeros con más *umami*. Extrañamente, el componente detrás del *umami* del jamón no es el ácido inosínico, tan abundante en la carne cruda de cerdo, sino el ácido glutámico. Según el Umami Information Center:

La carne de cerdo cruda posee una gran cantidad de ácido inosínico, pero se deja en salazón durante un largo periodo de tiempo (uno o dos años) hasta que madura. Durante ese tiempo el ácido inosínico disminuye hasta que no queda prácticamente nada a la hora de comer. Pero debido al proceso de maduración, el ácido glutámico aumenta y, mediante el proceso de secado, se concentra aún más. Es por eso por lo que la pérdida de ácido inosínico queda compensada y [el jamón curado] se convierte en un alimento con tanto sabor *umami* (Umami Information Center, 2022).

Según la base de datos del Umami Information Center, el contenido de ácido glutámico en el jamón curado español varía enormemente a lo largo del proceso de curación: de 10mg/100g los primeros días a 337,42mg/100g después de 527 días (Umami Information Center, 2024). Como el *umami* y sus componentes son conceptos hasta cierto punto familiares para los japoneses, a menudo las empresas niponas centran la promoción de sus productos en el *umami* que poseen. El jamón, un alimento en que la relación entre tiempo de maduración, concentración de ácido glutámico y sabor puede demostrarse tan claramente, dicha explicación puede resultar muy atractiva. Un ejemplo

sería la tienda *Iberiko-ya*, una empresa importadora de productos de cerdo ibérico que promocionan sus jamones a través del *umami*: “El secreto detrás del delicioso sabor del jamón es la cantidad de aminoácidos que contiene, lo que se conoce como su componente *umami*” (Iberiko-ya, 2015). Cuesta imaginar otro país en que una característica como “la cantidad de aminoácidos” pueda servir como *selling point*, pero esta empresa no es la única que emplea esta estrategia. Los embutidos, por ejemplo, podrían ser mejor promocionados en Japón siguiendo el modelo del jamón, ya que los diversos procesos de secado, ahumado y maduración generan distintos sabores con una gran cantidad de *umami*. La página japonesa *Gurume somerie*, por ejemplo, dedica una página de su tienda *online* a embutidos españoles. En ella podemos ver descripciones como “(...) una intensidad y un *umami* que rebosan al morderlo” en el caso del fuet; o “la delicia concentrada del *umami* del cerdo ibérico de bellota” en el caso del salchichón (Gurume Somerie, 2024). A esto debemos añadir el sabor que aporta el pimentón ahumado en embutidos como el chorizo, la sobrasada y el lomo embuchado. Como hemos aventurado, su sabor *umami*, parecido al *katsuobushi*, podría deberse al ácido inosínico, que desaparece en el proceso de ahumado y secado del jamón, por lo que estudiar los componentes de los distintos embutidos y en qué se diferencian podría resultar interesante y muy atractivo para los clientes japoneses que buscan una experiencia *gourmet*.

8. Conclusiones

A lo largo de este artículo hemos estudiado la situación de la gastronomía española en Japón con el objetivo de responder dos preguntas: cómo de popular es dicha gastronomía, y a qué se debe su éxito. Sobre su grado de popularidad, la conclusión es que la cocina española es la quinta o sexta gastronomía extranjera más apreciada en Japón, y la tercera en cuanto a los países europeos. Los restaurantes españoles en Japón no pueden competir con los franceses o italianos ni en número ni en reconocimiento, pero se asocian con un ambiente más desinhibido y relajado que los franceses; y a diferencia de los italianos no se han extendido hasta el punto de volverse demasiado comunes. Además, todos los informantes creían que la cocina española sigue creciendo, aunque la falta de datos nos impida estar seguros de ello.

Acerca del turismo, podemos afirmar que la gastronomía no es la motivación principal por la que los turistas japoneses viajan a España, aunque supone un atractivo añadido para la mayoría de ellos y suele ser un motivo de satisfacción de su visita. Aunque factores como la fama de la arquitectura española o el elevado precio del viaje impidan que España sea visto como un destino de turismo gastronómico, podemos afirmar que la aceptación de la gastronomía juega un papel indiscutible en la llegada de turistas japoneses a España, lo que también apunta a que nuestra gastronomía goza de un reconocimiento notable.

Los resultados obtenidos apuntan a que hay dos razones principales de su éxito. El primero de ellos es la familiaridad que los japoneses sienten por ella gracias a los muchos parecidos que comparten: el uso de arroz, pescado y marisco, especialmente vinculados con la paella; la equivalencia entre el *yakiniku*, el *nimono* y el *oden* con maneras de cocinar y platos tradicionales españoles; la cultura de comer y beber en los bares españoles y los *izakaya* japoneses; las recetas sencillas que usan pocos condimentos con tal de mantener y realzar el sabor de los ingredientes; y los platos derivados de la cocina *nanban* como la *tempura*, el *chawanmushi* o el *kasutera*.

La otra razón es que para los japoneses el *umami* de la cocina española es igual al que están acostumbrados, especialmente el del pescado y el marisco. La paella es fundamental para el desarrollo de esta idea, y se convierte en un excelente reclamo para explorar la diversidad de nuestra gastronomía. La cocina de mar y montaña catalana es también un ejemplo claro de sinergia *umami*, un fenómeno químico muy familiar al paladar japonés; mientras que el pimentón ahumado, imprescindible para numerosas recetas españolas, tiene para muchos japoneses un sabor *umami* muy similar al del *katsuobushi*. La falta de estudios acerca del pimentón nos impide corroborar o refutar los testimonios que afirman que el sabor de esta especia se debe al ácido inosínico, pero esta cuestión podría ser un elemento de estudio interesante de cara al futuro. Por último, el fuerte sabor *umami* de la carne de cerdo ibérico y de los embutidos que se preparan con ella es también un aspecto atrayente para muchos japoneses, y podría ser una de las claves para su promoción y popularización en Japón.

Bibliografía

- Doñas, A. (2022). El encuentro gastronómico entre ibéricos y japoneses en los siglos XVI y XVII. *eHumanista: Journal of Iberian Studies*, 51, 436-460.
- DOP Pimentón de la Vera. (12 de Abril de 2022). *Japón y el Pimentón de La Vera: amigos para siempre*. (vídeo). Obtenido de Denominación de Origen Protegida "Pimentón de La Vera": <https://pimentonvera-origen.com/japon-y-el-pimenton-de-la-vera-amigos/>
- Fiabcomunicacion. (9 de Febrero de 2023). *Los alimentos y bebidas españoles apuestan por el mercado japonés*. Obtenido de FIAB Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas: <https://fiab.es/alimentos-bebidas-espanoles-mercado-japones/>
- Fundación Consejo España Japón. (18 de Noviembre de 2022). *La gastronomía es la principal razón por la que los españoles viajan a Japón*. Obtenido de Spain Japan Foundation: https://spainjapanfoundation.com/lo_ultimo/20-anos-roger-ortuno/
- Google Trends. (20 de Mayo de 2024). Comparación de los términos de búsqueda "comida española", "comida francesa" y "comida italiana". Obtenido de Google Trends: <https://trends.google.com/...>
- . (20 de Mayo de 2024). Comparación de los términos de búsqueda paella, ajillo y jamón. Obtenido de Google Trends: <https://trends.google.com/...>
- Gurume Somerie. (1 de Junio de 2024). サラミ/チヨリソ/生ベーコン "Salami/Chorizo/Beicon crudo". Obtenido de グルメソメリエ: <https://www.gourmet-world.co.jp/shopping/?page=category&cate=2463>

- Hida, N., & Coenders, G. (2016). Will the Japanese Venture Out of Barcelona and Taste Local Food? *Journal of Gastronomy and Tourism*, 2, 43-54.
- Iberiko-ya. (20 de Diciembre de 2015). イベリコ屋 "Tienda de ibéricos". Obtenido de Iberiko-ya: <https://www.iberico.co.jp/html/page33.html>
- Inshokuten Dottokomu. (24 de Febrero de 2021). 「旨味」と「美味しさ」は違う？ 旨味を感じる成分や食材、引き出すポイントを解説 "¿Es diferente umami y delicioso? Ingredientes y componentes del umami y explicación de cómo extraerlo". Obtenido de 飲食店ドットコム: <https://www.inshokuten.com/...>
- Japan Travel Bureau Foundation. (2019). 日本人の海外旅行 "Viajes al extranjero de los japoneses". En J. T. Foundation, 旅行年報 "Informe anual sobre turismo" (págs. 37-56).
- Makori. (3 de Diciembre de 2012). スペインおでん、今シーズン初。 – Cocido – "Comienza la temporada del oden español. –Cocido–". Obtenido de チラうら中央地中海通信: <http://midmednews.blog85.fc2.com/blog-entry-1777.html>
- Maononikukyu, & Arafifumama. (7 de Mayo de 2023). パプリカパウダー ピカンテ DOP 370g 【常温/全温度帯可】 "Paprika picante en polvo DOP 370g". Obtenido de Rakuten: https://review.rakuten.co.jp/item/1/227144_10010258/1.1/
- Martin's kitchen. (23 de Agosto de 2013). かつお節の風味がするパプリカパウダー「ピメントン」 "El pimentón, la paprika en polvo con sabor a katsuobushi". Obtenido de Martin's kitchen: <https://martinskitchen.hatenablog.jp/about>
- Mori, K. (11 de Marzo de 2021). 寒い季節限定！スペインの煮込み料理コシードorプチエロ "¡Solo en la estación fría! El cocido o puchero, el nikomi español". Obtenido de スペイン庶民生活@バレンシア: <https://spainseikatsu.com/14853.html>
- MyVoice Enquete Library. (5 de Septiembre de 2023). 食のジャンルに関するアンケート調査 (第6回) "Encuesta acerca de géneros culinarios (6ª)". Obtenido de MyVoice Enquete Library (MyEI): https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product_id=30204
- . (5 de Enero de 2024). 味の好みに関するアンケート調査 (第7回) "Encuesta acerca de las preferencias en cuanto a gustos (nº7)". Obtenido de MyVoice Enquete Library (MyEL): https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product_id=30604
- Nagoya City University. (5 de Febrero de 2020). 研究協力のお願 (依頼書) "Petición de colaboración con una investigación". Obtenido de Nagoya City University: <https://www.nagoya-cu.ac.jp/human/media/iraishodouisho-interview3.pdf>
- Nieve, B. (20 de Marzo de 2013). El Pimenton de la Vela ピメントン・デ・ラ・ベラ. Obtenido de Excite Blog: <https://benny.exblog.jp/17499025/>
- Nikkei Style. (30 de 3 de 2017). スペインの漁師風おじや 魚介のうまみ、パエリア以上 "El arroz caldoso español de pescadores, el umami del marisco, más allá de la paella". 日本経済新聞. Obtenido de <https://www.nikkei.com/article/DGXZZO14548490X20C17A3000000/>
- Ninomiya, K. (2016). だしとうま味の食品化学 "Food Science of Dashi and Umami Taste". *The Pharmaceutical Society of Japan*, 136(10), 1327-1334.

- . (2020). うま味と和食文化のグローバル化 "Globalization of umami and Japanese food culture". *日本食生活会誌*, 31(1), 3-12.
- Norinchukin Bank. (2023). 訪日外国人からみた日本の“食”に関する調査 "*Investigación acerca de las opiniones de extranjeros que han visitado Japón sobre la gastronomía japonesa*". Tokio: 農林中央金庫.
- Noya, J. (Ed.). (2004). *La imagen de España en Japón*. Instituto Cervantes, ICEX, SEEI, Instituto Elcano.
- Odashi Koubou. (6 de Agosto de 2022). うま味の相乗効果で料理をおいしくするテクニク! "*La técnica para que la hacer una comida deliciosa: la sinergia umami!*". Obtenido de まいにち、おだし: <https://odashi.co.jp/umami/>
- Okamoto, S. (1999). Situated Politeness: Manipulating Honorific And Non-Honorific Expressions In Japanese Conversations. *International Pragmatics Association*, 9(1), 51-74.
- Oshima, E., Narita, A., Senda, M., y Koshio, T. (1999). ヨーロッパの米料理 (第1報) スペインの米料理 “パエリア” "*La cocina del arroz en Europa (Primera parte): Paella, la cocina del arroz en España*". *東京家政大学研究紀要*, 39(1), 159-162.
- Restaurante Español Comer. (13 de Febrero de 2024). スペイン料理コメール "Comida española Comer". Obtenido de スペイン料理コメール: <https://comer.gorp.jp/>
- Saizeriya. (8 de 2023). 企業情報 "*Información de la empresa*". Obtenido de Saizeriya 株式会社 サイゼリヤ: <https://www.saizeriya.co.jp/corporate/information/outline/>
- San Gabriel, A., Rains, T. M., & Beauchamp, G. (Edits.). (2024). *Umami: Taste for Health*. Springer Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-32692-9>
- Seligman, L. (1994). The history of Japanese cuisine. *Japan Quarterly*, 41(2), 165-169.
- Shoku Banku. (13 de 3 de 2017). スペイン料理 (スパニッシュ) の特徴 "*Características de la comida española (Spanish)*". Obtenido de 食バンク: <https://shoku-bank.jp/magazine/shop-spanish/>
- Smith, M., y Sanders, L. (12 de Marzo de 2019). *These are America's favorite foods from around the world*. Obtenido de YouGov: <https://today.yougov.com/consumer/articles/22648-americas-favorite-foods-around-world>
- Society for Research on Umami Taste. (22 de Diciembre de 2023). うま味研究会 "*Society for Research on Umami taste*". Obtenido de うま味研究会: <https://www.srut.org/>
- Suehiroya. (12 de Abril de 2014). イベリコ豚バラ焼肉 800g (4-5人前) 【ベジヨータ】 /カルビ/ばら肉/黒豚/豚肉. Obtenido de イベリコ豚: <https://iberikobuta.com/SHOP/ib-18.html>
- Taniguchi, U. (1978). スペインの料理 "*La comida de España*". *料理科学*, 11(2), 122-125.
- Todoufuku Shikuchouson. (1 de Enero de 2024). 全国の市人口・面積・人口密度ランキング "*Ranking de la población, superficie y densidad de población de las ciudades de todo el país*". Obtenido de 都道府県市区町村: https://uub.jp/rnk/c_j.html

- Tokio, O. E. (2022). *El mercado de la carne de porcino en Japón*. Tokio: ICEX España Exportación e Inversiones.
- Umami Information Center. (22 de Mayo de 2020). *UMAMI Talk: Koy 旬香 松久秀樹シエフ*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=eByv84ZqmFk>
- . (2 de Junio de 2022). よくあるご質問 "Preguntas frecuentes". Obtenido de Umami Information Center: <https://www.umamiinfo.jp/faqs/>...
- . (1 de Enero de 2024). *Umami Database*. Obtenido de Umami Information Center: <https://www.umamiinfo.com/umamidb/>
- . (1 de Enero de 2024). うま味の知識を世界中の人々に "Compartiendo el umami con el mundo". Obtenido de Umami Information Center: <https://es.umamiinfo.com/>
- Washoku no Umami. (6 de Enero de 2022). 干し椎茸にたっぷりのグアニル酸! 多く取るためのコツとその他の食材 "El ácido guanílico del que están llenas las setas shiitake deshidratadas! El truco para extraerlo y otros ingredientes". Obtenido de 和食の旨み: <https://www.kobayashi-foods.co.jp/>...
- Watanabe, Y. (10 de Junio de 2023). 美食の街サン・セバスチャンで培った食材の読解力とアプローチを駆使【スペイン料理】スリオラ "Zurriola: aproximarse y comprender los ingredientes cultivados en la ciudad gastronómica de San Sebastián (gastronomía española)". 料理王国. Obtenido de <https://cuisine-kingdom.com/zurriola-2306/>
- Yakinikuyasakai. (21 de Julio de 2018). 期間限定おすすめメニュー! "¡Menú recomendado de tiempo limitado!". Obtenido de 焼肉屋さかい: <https://www.yakiniku.jp/sakai/news/news2/>
- Yamaguchi. (22 de Noviembre de 2017). スペインの「かつお節」?! "¿El katsuo español?!". Obtenido de Cook & Dine Hayama: <https://www.cook-dine.net/171122-pimenton/>
- Yui. (12 de Septiembre de 2023). 今チユロスがアツい! 可愛い絶品トレンドスイーツを楽しめるお店10選♡ "¡Los churros están de moda! 10 tiendas donde poder disfrutar de esta delicatessen tan mona ♡". Obtenido de Trepo: https://trepo.jp/food/churosu_trend/
- Zippo1. (10 de Octubre de 2018). *The Magical Spice That Makes Vegetables Taste Like Bacon – Kids love Spanish smoked paprika –including my little vegetarian*. Obtenido de Hungry Onion: <https://www.hungryonion.org/>...