



CENTRO DE ESTUDIOS DEMOGRÁFICOS, URBANOS Y AMBIENTALES

“De *gohan* y chiles toreados: una historia de los restaurantes japoneses en la Ciudad de México”

Tesis presentada por

MARÍA ALEJANDRA DORADO VINAY

Para optar por el grado de

MAESTRA EN ESTUDIOS URBANOS

Directora de tesis

VERÓNICA CROSSA NIELL

CIUDAD DE MÉXICO, 30 DE AGOSTO DE 2022



## **Agradecimientos**

Esta historia surge de las historias de otros, de cocineros, de chefs y de restauranteros, de japoneses, de nikkei y de mexicanos que se han dedicado a la comida japonesa. A todos quienes me compartieron sus historias, sus reflexiones y su tiempo para articular este texto: mi más grande agradecimiento.

Esta tesis también es posible por el cariño y acompañamiento de personas para las que no hay agradecimientos suficientes: Diana Vinay, mi mamá, Verónica Crossa, mi directora y entrañable profesora, Fernando Escalante, mi muy querido profesor.

Agradezco a mis lectoras, Satomi Miura y Tiana Bakić Hayden. A la profesora Miura agradezco también la amabilidad de aceptarme, junto con la profesora Yoshie Awaihara, en su clase de japonés. Gracias también a El Colegio de México, por recibirme una vez más, y al Centro de Estudios Demográficos, Urbanos y Ambientales que es ahora también mi centro (junto con el Centro de Estudios Internacionales, en el que cursé la licenciatura).

A mis abuelos, Elo y Sergio y a mi hermana Erika. También a Ricardo quien, desde que fuimos a cenar por primera vez, no me dejó de animar para terminar este proyecto. A mis amigos de maestría, en particular a Fidelia, Nicole, Germán, Gerardo y Eduardo, así como a mi querida amiga de la clase de japonés, Flor. Y, finalmente, a mis perritos Vito y Albahaca.

## Índice

Introducción	5
Zensai	17
<i>La distinción entre cocina y comida</i>	18
<i>La oposición entre lo auténtico y lo tropicalizado</i>	27
Una historia de los restaurantes japoneses en la Ciudad de México	40
<i>Antes de los restaurantes</i>	42
<i>El inicio</i>	45
<i>Los restauranteros japoneses pioneros</i>	52
<i>El sushi de los mexicanos</i>	61
<i>Los primeros pasos hacia la destropicalización</i>	66
<i>Los restaurantes «auténticos»</i>	72
Apuntes finales	84
Referencias	91
Anexo. Tabla de entrevistas	100

## Introducción

En un mundo distópico dominado por el culto a la comida, tres hombres de apariencia caucásica van a las afueras de Los Ángeles en busca del restaurante del chef Jiro. Sin decir palabra, les sirve *nigiri*<sup>1</sup> y mira horrorizado que uno de ellos mezcla *wasabi*<sup>2</sup> con la salsa de soya<sup>3</sup> y mete el nigiri ahí, por el lado del arroz, dejándolo remojar antes de comerlo. Justo después otro comensal le pregunta al chef si tiene rollo california<sup>4</sup> en el menú. Jiro enfurece, corta la cabeza de quien remojó su nigiri en la soya con wasabi y le grita al otro “¡no hay rollo california!”. Mientras la cabeza rueda hacia afuera del restaurante y queda cerca de un carrito

---

<sup>1</sup>El vocabulario de origen japonés se indica en cursivas sólo la primera vez que aparece en el texto, que es cuando también ofrezco su definición. Dado que en japonés no hay plural, mantengo las palabras de tal idioma en singular, aunque pueda parecer gramaticalmente incorrecto en español (a menos que se trate de una transcripción exacta de alguna entrevista). *Nigiri o nigirizushi*: pequeña porción de arroz sobre la cual se pone un poco de wasabi y una rebanada delgada de pescado, marisco o algún otro producto marino, como hueva de salmón o erizo de mar. También puede prepararse de huevo. El nigirizushi es uno de los más reconocidos y también se puede llamar *edomaezushi*, como referencia a su lugar de origen: la ciudad de Edo, que era el nombre premoderno de Tokio. Definición elaborada a partir de la traducción propia de Hosking, 1996, p. 206 [s.v. nigirizushi]. Para un panorama más amplio del sushi véase Rath, 2021. [Aprovecho esta larga nota al pie para mencionar que, en adelante, todas las traducciones me pertenecen, salvo indicación contraria].

<sup>2</sup> *Wasabi*: su nombre científico es *wasabia japonica*, es miembro de la familia de plantas Brassicaceae que incluye también al rábano y la mostaza. El wasabi fresco se obtiene al rallar el tronco de esta planta y, generalmente, acompaña a los platillos con pescado crudo puesto que se dice que tiene propiedades antibacterianas que previenen la intoxicación por alimentos. La *wasabia japonica* es extremadamente difícil de cultivar fuera de Japón, lo que hace que sea poco accesible, por ello, lo que generalmente se sirve como wasabi es una pasta mezcla de rábano picante (*Amoracia rusticana*) y colorante verde. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, p. 154 [s.v. wasabi]; Rath, 2021, pp. 25s; Gittleson, 2014.

<sup>3</sup> Salsa de soya o *shōyu*: líquido oscuro y salado elaborado a partir de soya, trigo y sal. Es un elemento básico de la cocina japonesa del que, de acuerdo con Naomichi Ishige, los japoneses obtienen alrededor de 45% de su ingesta de sal (en conjunto con el miso). La salsa de soya no siempre tuvo la centralidad que tiene ahora en la comida japonesa: comenzó a popularizarse en las zonas urbanas de Japón a partir del siglo XIX y, también según lo que sostiene Ishige, su popularidad está vinculada con el consumo de pescado crudo. En la misma línea, Rath afirma que la salsa de soya como acompañamiento para el sushi y el sashimi afianzó su popularidad en el siglo XIX. La salsa de soya con menor contenido de sal (*koikuchi shōyu*) se usa como condimento en la mesa mientras que la de mayor contenido de sal (*usukuchi shōyu*) se usa para cocinar. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, p. 129 [s.v. shōyu]; Rath, 2021, p. 24; Ishige, 2011, pp. 40, 115s.

<sup>4</sup> Rollo california: cangrejo cocido, mayonesa y aguacate son los ingredientes básicos de esta adaptación del makizushi (término que se definirá más adelante). Es uno de los platillos que más se asocia con la comida japonesa fuera de Japón, aunque no se haya creado en ese país. No hay consenso sobre su origen: por un lado, hay quienes mencionan que surgió en Los Ángeles, California, cuando el chef del restaurante *Tokyo Kaikan* sustituyó la barriga del atún (en japonés, *toro*) por aguacate; por otro lado, otros afirman que lo inventó el chef Hidekazu Tojo, en Vancouver, Canadá, como estrategia para atraer comensales que no querían comer pescado crudo. Sea cual sea el origen, lo que se tiene relativamente claro es que el rollo california surgió entre 1960 y 1970. Definición elaborada a partir Wank y Farrer, 2015, p. 82; Kishimoto, 2006, p. 8; Lewis, 2016.

de tacos, los dos comensales que quedan con vida se disculpan y continúan comiendo. Llega la policía y, antes de entrar al restaurante, un policía le dice al otro “el arroz<sup>5</sup> aquí es excelente, cualquier idiota puede traer pescado desde Tsukiji,<sup>6</sup> pero un arroz como el que hace Jiro san es especial”. Los comensales siguen comiendo junto al cuerpo de su compañero, los policías entienden que ha habido alguna falta de etiqueta o de respeto por parte de los clientes y le dicen a Jiro “no pasó nada aquí, mandaremos personal para que se lleven el cuerpo”. (Bourdain y Rose, 2012).

Lo anterior es, literalmente, una caricaturización, puesto que se trata de un cómic del chef<sup>7</sup> y presentador Anthony Bourdain y del novelista Joel Rose. En contraste con los dos chefs que dominan la escena culinaria de este futuro distópico, uno obsesionado con lo gourmet y otra con lo orgánico, el chef Jiro es el héroe que sólo quiere cocinar y servir buena comida. Dada la admiración que tenía Bourdain por Japón, no es azaroso que el héroe sea un chef japonés pero, considero, que la elección del héroe está también vinculada a la reputación culinaria de Japón, como un país que tiende a servir buena comida, que tiende a realzar las características de los ingredientes y a prestar particular atención a la presentación de los platillos.

---

<sup>5</sup> Cuando hablan de arroz, los policías se refieren al *gohan*. En su forma más tradicional se trata de arroz de variedad *japónica* que se cocina primero hirviendo y después al vapor. Es el grano básico de la alimentación japonesa, al menos de forma simbólica, componente de varios platillos y de lo que se formalizó como comida tradicional cuando se incluyó a la cocina japonesa como patrimonio inmaterial de la humanidad de Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Véase: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, *s.a.*

<sup>6</sup> Al momento en que se escribió este comic, el mercado de Tsukiji, en Tokio, todavía funcionaba como mercado mayorista internacional de pescado. De acuerdo con Theodore C. Bestor, este mercado era un nodo de flujos transnacionales de personas, productos, capital, información y tecnología sobre productos marinos y quienes participaban en éste, en particular los comerciantes, estaban directamente involucrados en la elaboración cultural de la comida japonesa. El 6 de octubre de 2018 las actividades comerciales mayoristas de Tsukiji se trasladaron a unas nuevas instalaciones en Toyosu. Véase: Bestor, 2004, p. 17; St. Mitchel, 2018.

<sup>7</sup> Cuando digo chef me refiero a cocineros profesionales, en contraposición a la idea de quienes cocinan en casa.

Ahora paso a otra imagen, una que desearía también fuera una caricaturización. “Me han dicho que este restaurante fusión México-japonesa es muy bueno” —dijo un hombre mexicano que nos invitó a comer a un antiguo jefe y a mí para intentar vendernos no sé qué servicio de consultoría. Llegó la comida y el hombre pidió salsa de soya con chiles toreados. El mesero le dijo que no había chiles toreados. El hombre se puso furioso y gritó: “¿cómo es posible que no haya chiles toreados en un restaurante México-japonés?”. Pidió hablar con el chef. Recibió la misma respuesta, que lo enojó aún más. Mientras eso sucedía, además de sentir vergüenza por compartir mesa con un hombre tan grosero, pensaba: ¿por qué sería tan obvio suponer que un restaurante fusión México-japonés tendrá chiles toreados?

Tanto la historia de Jiro como la del comensal que se pone mal sin sus chiles toreados están llenas de símbolos. Por un lado, en la viñeta del cómic, el chef considera que hay dos transgresiones: primero, cuando los comensales no respetan lo que sirve, al empapar el arroz del nigiri en la soya con wasabi y, segundo, cuando se atreven a preguntar por el rollo California, lo que se entiende como una transgresión hacia la comida que sirve. La reacción violenta hacia las transgresiones no tiene consecuencias para Jiro porque los policías no sólo comprenden que los comensales han cometido las faltas, sino porque también valoran su comida, en particular el arroz, que requiere el conocimiento y la pericia personal del cocinero. Por otro lado, en el caso del restaurante fusión México-japonés, el comensal considera que hay una falta, los chiles toreados, y que se le nieguen lo entiende como una transgresión hacia lo que él considera aceptable en una fusión México-japonesa; sin embargo, no hay policía para decidir quién está en lo correcto: el restaurante continúa negando los chiles toreados y el comensal decide que no volverá ahí.

Hay un montón de historias como las anteriores —aunque, idealmente, no terminan con comensales gritando o muertos. Intenta recordar alguna vez que fuiste a un restaurante de una cocina que nunca habías probado antes: dudar qué pedir, cómo comer, cuándo comer, dar el primer bocado, no entender muy bien el aroma, el sabor o la textura de lo que estás comiendo, sorprenderte para bien o para mal. Ahora piensa en las veces que has comido lo que consideras tu cocina en otro lado: para los mexicanos el ejemplo clásico es Taco Bell, con sus carcazas de tortilla dura, con algo que parece queso cheddar sobre una montaña de crema ácida y con una carne dulzona que intenta asemejarse al picadillo. La primera vez que recuerdo haber comido Taco Bell tendría alrededor de nueve años, no tenía claro por qué, pero estaba segura de que ese no era el sabor de un taco. De hecho, esa misma sensación es la que comparte una de mis entrevistadas —japonesa con tres años en México y que estableció un centro cultural en que sirve comida— cuando afirma: “[la comida japonesa] es como un *trend*, como una moda, y hay muchísima gente que está copiando la comida. Yo no tengo problema con eso y no los veo como competencia, pero como japonesa comer eso no me hace sentir chida [...] es como Taco Bell.”<sup>8</sup>

Lo que hasta ahora he descrito como anécdotas viene desde la intención de reflexionar sobre lo cotidiano (¿y qué hay más cotidiano que la comida?). Roland Barthes en sus *Mitologías*, donde discurre sobre mitos de la vida cotidiana francesa, ilustra tal intención mejor de lo que yo podría hacerlo:

“El punto de partida de esa reflexión [sobre lo cotidiano] era, con frecuencia, un sentimiento de impaciencia ante lo “natural” con que la prensa, el arte, el sentido común, encubren permanentemente una realidad que no por ser la que vivimos deja de ser absolutamente histórica: en una palabra, sufría al ver confundidas constantemente naturaleza e historia en el relato de nuestra actualidad y quería poner de manifiesto en el abuso ideológico que, en mi sentir, se

---

<sup>8</sup> Sexta entrevista, 19 de septiembre del 2020.



encuentra oculto en la exposición decorativa de lo *evidente-por-sí-mismo*” (Barthes, 2010, p. 13).<sup>9</sup>

Decidir no servir rollos california o exigir chiles toreados, saber que los tacos que una come deberían —o no— saber de cierta forma no tiene nada de natural porque son decisiones mediadas por ideas sobre el gusto y circunstancias específicas. Shoko Imai, profesora de la Universidad de Agricultura de Tokio, lo expone con claridad: el gusto se relaciona con nuestro sistema sensorial y está íntimamente conectado con lo que consideramos agradable o desagradable, lo que lo hace un elemento fundamental en nuestros contactos cotidianos; sin embargo, al gusto también lo influyen los aspectos sociales, tanto de origen como situacionales. Es decir, por un lado, el origen y estatus de los individuos puede materializarse en la preferencia o rechazo de ciertos alimentos (Farrer, 2015, pp. 59s) y, por otro, las circunstancias particulares en que los alimentos se preparan, se sirven y se comen pueden aumentar o disminuir la preferencia o el rechazo (Pilcher, 2018, p. 81).

Si bien el aspecto sensorial del gusto podría tomarse como algo objetivo —es decir, hay personas que simplemente no soportan, por ejemplo, el sabor del ajo— el aspecto social pasa por los mitos que cada grupo tiene. Tales mitos de acuerdo con Barthes, son sistemas de comunicación —discursos— que funcionan como formas de significación (2010, p. 199). Así, por ejemplo, no soportar el ajo bien puede ser una cualidad fisiológica, pero también puede estar mediado por el aspecto social, sea porque en el lugar de origen no suele estar disponible y no se tiene la costumbre de comerlo, sea porque se desea reflejar cierto estatus. En sus

---

<sup>9</sup> Pierre Bourdieu también tiene que decir sobre las desventajas que hay en pensar los asuntos sociales desde el sentido común: “El modo de pensar sustancialista, que es el del sentido común —y el del racismo— y que lleva a tratar las actividades o las preferencias propias de ciertos individuos o de ciertos grupos de una cierta sociedad, en un cierto momento, como propiedades sustanciales inscriptas de una vez por todas en una suerte de esencia, conduce a los mismos errores en la comparación no sólo entre sociedades diferentes, sino entre períodos sucesivos de la misma sociedad” (2011, p. 20).

memorias palatales, el escritor catalán Josep Pla ilustra la cuestión del ajo magníficamente: “[...] en el centro y norte de Europa, en los países anglosajones, el ajo pone la piel de gallina a sus habitantes. En esas latitudes no se ingiere ajo más que en rarísimas ocasiones. La gente rica de nuestro país, distinguida y finolis, es contraria al ajo, pero a veces se mueren de ganas de tomarlo. A menudo he visto maridos pedir permiso a sus señoras para acercarse a él” (Pla 2016, p. 19).

Desde la intención de identificar y comprender los mitos de lo que se presenta natural, obvio o *evidente-por-sí-mismo* en una cuestión tan cotidiana como la alimentación, planteo dos objetivos para esta tesis: primero, describir e interpretar los discursos sobre el gusto de restauranteros y chefs de los establecimientos de comida japonesa en la Ciudad de México y, segundo, ofrecer una historia de los restaurantes japoneses en tal ciudad. Esta historia pretende plasmar los distintos discursos sobre la autenticidad y tropicalización que compartieron —y comparten— los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México.

¿Por qué debería interesar la descripción e interpretación de los discursos sobre los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México? y ¿por qué haría falta escribir una historia a partir de tales discursos? Porque la comida importa. Importa porque nunca es sólo comida. Las valoraciones de temas relacionados con la alimentación, tanto por su cotidianeidad cuanto por su capacidad de movilizar emociones fuertes, tienden a convertirse en mitos que funcionan como símbolos de solidaridad o rivalidad, identidad o exclusión, cercanía o distancia entre los sujetos o grupos sociales (Appadurai, 1981, p. 494). Así, por un lado, contrasta la declaración que Yu Tokunaga, profesor de la *Graduate School of Global Environmental Studies* de la Universidad de Kioto, rescata de *Los Angeles Times*, con motivo de una huelga de trabajadores agrícolas mexicanos para exigir que sus empleadores japoneses

les aumentarían el sueldo:<sup>10</sup> “Patty Holguín, trabajadora mexicana señaló “para nosotros era muy extraño ver los alimentos que los japoneses comían como, seguramente, ellos pensaban que nuestros tacos también eran raros” (2020, p. 169) y, por otro lado, afirmaciones como la de la revista *Chilango* en 2019: “la ciudad ha abierto espacio para restaurantes con *hashi*<sup>11</sup> en vez de tenedor porque los chilangos adoramos el *ramen*,<sup>12</sup> los nigiris [sic.], el sushi... bueno, adoramos la versión occidentalizada del ramen, los nigiris [sic.] y todo lo que se come en una mesa de Japón” (Castañeda, 2019). Decir que entre considerar extraña a la comida japonesa y adorarla hay menos de un siglo de diferencia sería una exageración, pero las citas anteriores definitivamente indican un cambio.

No sólo la comida importa, también la manera en cómo hablamos de ella. Más aún: importa si hablamos o no de ella. Priscilla Parkhurst Ferguson (2004), socióloga especialista en Francia y en temas culinarios, lo expresa con claridad: la supervivencia social de cualquier alimento depende del discurso que lo traduzca. Así como el discurso escrito fija al oral, los discursos culinarios<sup>13</sup> afianzan las experiencias transitorias de la alimentación y transforman lo material en elementos intelectuales, creativos, simbólicos, estéticos. En la noción de gusto, que Pierre Bourdieu define como preferencias manifestadas, “los gustos [...] son la afirmación

---

<sup>10</sup> Hay que matizar: los japoneses no eran dueños de las tierras, sino mediadores entre los trabajadores agrícolas y los terratenientes anglosajones.

<sup>11</sup> *Hashi*: palillos para comer. También se puede esta palabra encontrar en su forma honorífica: *ohashi*. Las cursivas son mías.

<sup>12</sup> *Ramen*: plato de fideos con caldo. La variedad de ramen es grandísima, pero George Solt, en su historia sobre el ramen, afirma que son tres: los fideos, el caldo y el *tare*, que funciona como un sazónador/caldo concentrado. De acuerdo con el mismo autor el ramen “inició como una comida succulenta, llenadora y de bajo costo... cuyo origen, aproximado, puede establecerse en 1880, cuando migrantes de origen chino comenzaron a trabajar como cocineros en la ciudad portuaria de Yokohama”. Definición elaborada a partir de Solt, 2014, pp. 3 y 5.

<sup>13</sup> Lo culinario, como discurso, no ha sido siempre relevante. Bien advierte Andrew P. Haley: “la dificultad de entender la historia de la alimentación comienza con un problema central que, desde mi parecer, nubla la posibilidad de entender el pasado culinario: el gusto importa mucho más ahora que antes” (2012, p. 57). En algunos casos, los discursos culinarios podrían considerarse de mal gusto, como argumenta Miura: “En la tradición de la poesía clásica, como explica Shirane, las sensaciones derivadas de la vista, el oído y el olfato se consideraban elegantes, mientras que el sabor era vulgar” (2015, p. 772).

práctica de una diferencia inevitable. No es por casualidad que, cuando tienen que justificarse, se afirmen de manera enteramente negativa, por medio del rechazo de otros gustos” (2012, posición 1010). Sin embargo, quiero enfatizar que el gusto se elabora a partir de las relaciones, sean éstas de rechazo, indiferencia o aceptación.

Si comer y cocinar son relevantes como asunto social, los restaurantes son uno de los sitios en que la condición social de la alimentación se vuelve aún más visible. Los restaurantes, como institución y como práctica, conjuntan buena cantidad de las temáticas que interesan a las ciencias sociales: formas de intercambio, modos de producción, simbolismo detrás de la producción y el consumo, etnicidad, género, parentesco, por mencionar algunas (Beriss y Sutton, 2007). También la migración y el gusto: en los restaurantes donde hay migrantes se plasma, elabora y negocia el gusto, como afirma James Farrer, profesor de sociología en la Universidad Sofía de Tokio, los “restaurantes son zonas de contacto culinario en las que migrantes, geográficamente móviles, y comensales, socialmente móviles, adquieren formas particulares de capital culinario” (Farrer, 2015, p. 103) y, específicamente sobre los restaurantes japoneses alrededor del mundo dice: “el restaurante japonés no es sólo un negocio, es un espacio social en el que múltiples actores se juntan para elaborar un *performance* culinario para los consumidores. En los restaurantes japoneses [fuera de Japón] no sólo trabajan japoneses, sino personas de todas partes del mundo”.<sup>14</sup> Para ampliar la escala del argumento, del restaurante a la ciudad, retomo un argumento de Krishnendu Ray, sociólogo y profesor de la Universidad de Nueva York: los migrantes inciden en lo que los habitantes de una ciudad comen, o desean comer, al “concebir los sabores que han recopilado a lo largo de su vida y ofrecerlos en un lugar semi-público, como es el restaurante, y al contratar

---

<sup>14</sup> Global Japanese Food Project, “Global Japanese Cuisine Project. Sophia University Institute of Comparative Culture”, disponible en <https://www.global-japanese-cuisine.org/>

trabajadores que puedan reproducir esos sabores” (Ray, 2016, p. 76). A partir de estos procesos, se puede afirmar que los restauranteros migrantes y los restaurantes de cocinas migrantes —es decir, de personas no migrantes pero que sirven comida de otros sitios— influyen a las ciudades en que habitan y pueden, incluso “dar forma, carácter y reputación a barrios, ciudades o regiones enteras” (Beriss y Sutton, 2007, p. 3).

Finalmente, el fenómeno de los restaurantes de comida japonesa fuera de Japón tiene una magnitud considerable. En 2017, el gobierno de ese país reportó que había 117,568 restaurantes de cocina japonesa en el extranjero, de los cuales 4,600 se localizaron en América Latina (*Nippon*, 2018). En un evento de la Embajada de Japón en México, que se llevó a cabo en 2013, se informó que en México había 1,200 restaurantes japoneses —aproximadamente 26% del total de América Latina— de los cuales 140 estaban en la Ciudad de México.<sup>15</sup> No es descabellado afirmar que en cada uno de estos restaurantes son espacios sociales en los que hay diversos intentos de distinción y diferenciación culinaria (Bestor en Stalker, 2018, p. 301), en otras palabras se trata de sitios en que se elabora y negocia y el gusto.

Estudiar a la cocina japonesa fuera de Japón supone considerar también a los restaurantes de personas que no son originarias de tal país. De acuerdo con el antropólogo Theodore C. Bestor, “se estima que entre 80 y 90% de los restaurantes de comida japonesa fuera de Japón pertenecen a no japoneses” (en Stalker, 2018, p. 299) lo que es fundamental para entender la popularidad de los platillos y preparaciones no ortodoxas y, en contraste, la preocupación por la conservación de lo tradicional. Si bien esta tesis se concentra

---

<sup>15</sup> Este evento se llevó a cabo en el marco del reconocimiento que el gobierno de Japón hizo a un restaurantero japonés por su labor de difusión de la comida japonesa en México. Quinta entrevista, 3 de septiembre del 2020.

principalmente en los restaurantes de japoneses o *nikkei*,<sup>16</sup> la oposición entre autenticidad vs. tradición y adaptación vs. tropicalización es frecuente en los discursos sobre estos restaurantes —que se observa tanto en los testimonios de las personas que entrevisté para la tesis como en la bibliografía que consulté.

La distancia entre la oposición auténtico vs. tropical no es insalvable: restauranteros y chefs, pero también migrantes en general, se vuelven productores de lo que se percibe como auténtico o como tropicalizado. Así, en la práctica, la oposición entre categorías como tradición y tropicalización es menos rígida de lo que se piensa. La flexibilidad o porosidad de la oposición entre lo auténtico vs. tradicional y lo adaptado vs. tropicalizado facilitan la posibilidad de comprender que, en la Ciudad de México, un chef japonés de cocina *kaiseki*<sup>17</sup> tenga un restaurante que sirve lo que se considera una de las cocinas más tradicionales de Japón y, al mismo tiempo, ofrezca platillos como *tempura*<sup>18</sup> con alacrán o nigiri de nopal — que desde la perspectiva de algunos entrevistados caería en el terreno de lo tropicalizado—, mientras que un restaurantero *nikkei* haya establecido restaurantes que se perciben como

---

<sup>16</sup> *Nikkei*: persona de ascendencia japonesa; relativo a Japón; artículo o representación cultural que tiene un vínculo con Japón. Definición elaborada a partir del diccionario en línea *Jisho*, disponible en <https://jisho.org/search/nikkei> [s.v. *nikkei*] y conversaciones con mis entrevistados.

<sup>17</sup> *Kaiseki ryōri*: Hay dos tipos de comida *kaiseki*, una para beber alcohol y otra para beber té, la atmósfera de la primera es más informal que la de la segunda. En ambos casos, su componente básico es el principio de *ichijū sansai* (es decir, una sopa y tres platillos, sin contar el arroz) y se complementa con platillos adicionales. Actualmente se entiende como alta cocina japonesa tradicional, que presta especial atención a la presentación y a los ingredientes de temporada. Uno de los chefs entrevistados, que sirve comida *kaiseki* en su restaurante, la definió como “comida auténtica que se sirve con la secuencia que permite disfrutar la comida japonesa de la mejor manera”, mientras que un chef con tres años en México, que se dedica sobre todo al ronqueo de atún, la definió como “alta cocina, cara, que poca gente en Japón podría comer”. Definición elaborada a partir de conversaciones con mis entrevistados y Hosking, 1996, pp. 62s [s.v. *Kaiseki ryōri* 1 y 2]; “*Kaiseki Ryōri*”, *Japan Guide*, disponible en <https://www.japan-guide.com/e/e2348.html>

<sup>18</sup> *Tempura* o *tempura*: técnica de cocina en que pescados, mariscos o vegetales se sumergen en una mezcla de huevos y harina para, posteriormente, freírlos. La versión más aceptada sobre la llegada de esta técnica a Japón es la que señala que la introdujeron los portugueses en el siglo XVI. Hay registros de que para 1770 ya era una comida callejera popular en Edo (nombre antiguo de Tokio). Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, p. 142 [s.v. *tempura*]; Eric C. Rath, 2021, p. 97; Ishige, 2011, p. 93.

auténticos porque están pensados “muy en el estilo japonés, es decir, pequeños y que sólo venden un tipo de platillo”.<sup>19</sup>

\*\*\*

La tesis se estructura en dos grandes apartados: primero, la parte con mayor carga teórica (o, en otras palabras, todo lo que tenía en la cabeza al formular y redactar la segunda sección) y, segundo, la parte con mayor contenido empírico (que es donde ofrezco la historia de los restaurantes japoneses en la Ciudad de México). Ninguna de las dos partes es exclusivamente teórica ni exclusivamente empírica.

La técnica de la que me serví para recopilar la información fue la de entrevistas semiestructuradas. Este tipo de entrevistas establecen una relación de “escucha activa y metódica, tan alejada del mero *laisser-faire* de la entrevista no directiva como del dirigismo del cuestionario” (Bourdieu, 2008, p. 529). Una de las ventajas de esta técnica es que permiten alejarse de la ilusión de la neutralidad del investigador y aceptan una elaboración colaborativa, espontánea y realista de lo que se estudia (Bourdieu, 2008). Por esta razón, decidí nombrar la tesis “una historia de los restaurantes de cocina japonesa en la Ciudad de México” y no “la historia de los restaurantes de cocina japonesa en la Ciudad de México”.<sup>20</sup>

La historia que presento proviene, primero, de los discursos, las narraciones y las reflexiones de los japoneses o nikkei que tienen negocios de comida japonesa en la Ciudad de México, segundo, del proceso de reflexión y análisis que llevé a cabo para interpretar tales

---

<sup>19</sup> Segunda entrevista, 16 de agosto del 2020.

<sup>20</sup> Antes de continuar, una breve mención a los temas que identifiqué pero que no logré incluir, porque requieren sus investigaciones propias: la vinculación de la Ciudad de México con Japón y otras zonas del país para conseguir los insumos necesarios la preparación de alimentos, las relaciones laborales dentro de los restaurantes, el papel que otros migrantes de Asia oriental pueden tener en los establecimientos de comida japonesa, los restaurantes japoneses como espacio físico, la llegada de globales de restaurantes japoneses (como Morimoto o los restaurantes Nobu), las panaderías y pastelerías japonesas... y seguramente muchos otros que ahora mismo se me están yendo pero que espero sean objeto de investigaciones futuras.

discursos y, tercero, la ampliación de mis interpretaciones a partir de revisión bibliográfica que me permitió ofrecer explicaciones históricamente situadas.

Hice 22 entrevistas. La mayoría con japoneses o nikkei que tienen negocios de comida japonesa de distintos tipos, tamaños, comensales, precios y antigüedad en la Ciudad de México. Algunos de ellos tienen más de 50 años el negocio, mientras que otros tienen máximo 3 años. Unos más tienen restaurantes exclusivos en colonias como Polanco, mientras que otros tienen establecimientos más al estilo de una cafetería que se encuentran en zonas de oficinas. Algunos de sus negocios tienen cartas amplísimas, mientras que otros tienen un menú muy reducido.

A lo largo de mi investigación entrevisté a algunos mexicanos que tienen o trabajan en restaurantes de comida japonesa y a unos cuantos nikkei que no se dedican directamente al negocio de la comida japonesa en la Ciudad de México, pero están familiarizados con la escena. También entrevisté a un chef japonés que vive en la región de El Bajío y a tres nikkei que no se dedican al negocio de la comida, a un dentista nikkei de tercera generación de la ciudad de Puebla, que me habló sobre sus costumbres alimentarias y las de su familia. Si bien estas dos últimas entrevistas fueron reveladoras y me permitieron contrastar información, no forman parte del grueso de viñetas de las que eché mano para conformar esta historia de los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México.



## **Zensai**

*Zensai* significa, literalmente, platillo número cero. Si bien en la comida japonesa no es costumbre ofrecer los platillos de forma lineal —es decir, no se sirve de forma subsecuente una entrada, una sopa, un plato fuerte y un postre— ya que la costumbre es alternar bocados de arroz con los platillos que le acompañan, no es del todo erróneo entender *zensai* como lo que se come antes de comer, como un aperitivo. Este capítulo no se come, aunque algunas partes tal vez provoquen ganas de hacerlo, pero lo entiendo como lo que hay que ingerir —aunque sea en forma de lectura y no de comida— antes del capítulo siguiente.

\*\*\*

De acuerdo con Clifford Geertz, el humano es un animal envuelto en tramas de significación que teje por sí mismo (1989, p. 21). Tales tramas tocan toda actividad humana, incluso las que pudieran parecer más superficiales, como pintar la fachada de una casa o apostar en las peleas de gallos (Geertz, 1989; Geertz, 1973). La alimentación también está plagada de significados: “ser humano no es solamente comer; es preferir ciertos alimentos guisados de ciertas maneras y seguir una rígida etiqueta de mesa al consumirlos” (1989, p. 58). En la elección de los alimentos, su preparación particular y los modales para comerlos está la trama de significados que Geertz invita a desentrañar. En tales significados están los otros —los otros seres humanos, los otros grupos— ya que, como arguye Georg Simmel, aunque comer, en su condición de necesidad biológica es un acto solitario, hay ciertas ideas y prácticas que lo convierten en un asunto social (1986), un asunto social sobre el que decimos cosas, es decir, sobre el que se constituyen discursos.

Para describir e interpretar los discursos sobre los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México, retomo dos categorías empíricas —que tienen como origen las entrevistas que

llevé a cabo para la tesis—, pero que también se han discutido teóricamente. La primera categoría, la distinción entre «cocina» y «comida», es más general y tiene la intención de establecer las bases para elaborar sobre la segunda categoría: la oposición entre lo tradicional vs. auténtico y lo adaptado vs. tropicalizado,<sup>21</sup> que uso explícitamente a lo largo de la tesis.

### *La distinción entre cocina y comida*

Krishnendu Ray ilustra que ser Bengalí significa preferir el arroz y el pescado, cocinarlo en algún tipo de curry y, sobre todo, poder lidiar diestramente con las espinas del pescado:

El arroz y el pescado se consideran símbolos poderosos de “lo Bengalí” porque los no Bengalíes son incapaces de apreciar su sabor o comerlos correctamente, en particular, a la hora de lidiar con los huesos del pescado. Así, el arroz y el pescado son una verdadera especialidad de los entendidos en lo Bengalí. Se sirve la cabeza del pescado a un invitado de honor y su habilidad para manipularlo revela que es realmente un entendido [...] El pescado ubica geográficamente al Bengalí y lo vincula a su tierra ancestral, incluso si se encuentra fuera de ésta. Un no Bengalí podría preguntar: si se trata de arroz y pescado, ¿qué hay del sushi? A lo que un Bengalí, un entendido, responderá, probablemente de forma irritada, “no es lo mismo, cocinamos el pescado y lo hacemos de forma distinta”. Entonces el no Bengalí podría preguntar, ¿se trata entonces de que se cocina en curry?, ¿entonces el curry de carne roja es también Bengalí? No, ese curry no es Bengalí (Ray, 2004, pp. 155s).

Un platillo como el sushi, que conjunta dos elementos de la descripción de lo Bengalí, es decir arroz más pescado, u otro como un curry con una carne distinta a la del pescado, no cumple con todas las premisas de lo que, según el ejemplo anterior, significa ser Bengalí. Adicionalmente, lo Bengalí no se define únicamente por la «comida», es decir, por la suma

---

<sup>21</sup> Más adelante elaboro sobre la oposición entre lo auténtico vs. tradicional y lo adaptado vs. tropicalizado, pero no está de más comenzar a aclararlo: se trata de binarios a partir de los cuales los entrevistados sistematizan sus discursos sobre la comida japonesa y, en particular, sobre la comida japonesa en México. Por supuesto que lo auténtico y lo tradicional no son lo mismo, ni tampoco lo son lo adaptado y lo tropicalizado; sin embargo, los entrevistados usan los términos de forma intercambiable y me pareció pertinente mantener ese uso.

de ciertos ingredientes —arroz + pescado + curry— sino también por saber tratar al pescado tanto durante su cocción como al comerlo, porque a un verdadero Bengalí jamás se le atoraría una espina de pescado en la garganta.

Si, desde la perspectiva Bengalí, la diferencia entre lo japonés y su cocina es el manejo del pescado, es probable que una persona de origen japonés considere que, alimentariamente, el símbolo más poderoso de lo japonés es el arroz. El antropólogo japonés Naomichi Ishige (2011, pp. 17 y 27) sostiene que el evento más significativo de la historia de la alimentación japonesa es el inicio del cultivo de arroz, en el siglo 3 antes de la era común (a.e.c). El cultivo de arroz llegó a lo que hoy son las islas del territorio japonés por la parte continental de Asia, donde hay cuatro subespecies de arroz principales: *índica*, *japónica*, *aromática* y *glutinosa*. En Japón se desarrolló una preferencia por la subespecie *japónica*, que es de grano firme, redondo y corto, en contraposición de, por ejemplo, la subespecie *índica* que es de grano esponjoso y alargado. Así, de acuerdo con Ishige, “los japoneses tienden a pensar que, cuando se cocina, el arroz *índica* suele quebrarse y desprende un olor desagradable e, incluso, cuando tuvo que importarse por el aumento de población en el siglo XIX, se consideraba una comida para gente pobre” (2011, pp. 27). Si bien cualquier arroz puede funcionar como «comida», únicamente la variedad *japónica* forma parte de lo que se concibe como «cocina» japonesa.

La «cocina» significa, representa, comunica y delimita relaciones.<sup>22</sup> Autores de distintas disciplinas argumentan a favor de la idea anterior: la antropóloga Mary Douglas afirma que, si se trata como un código, los mensajes que la cocina contiene reflejarán, además de relaciones sociales, jerarquías y grados de inclusión o exclusión (Douglas, 1972); Arjun Appadurai, también desde la

---

<sup>22</sup> Tomo la definición de relaciones del DEM: “Forma en que dos o más elementos, objetos, personas, etc se unen, se colocan unos respecto de otros, se corresponden o se influyen; modo en que establecen conexiones o lazos mutuos o manera en que actúan entre ellos” México, El Colegio de México, s.v. relación [versión en línea].

antropología, dice que la «cocina» puede sugerir jerarquías y rivalidades, solidaridad y comunidad, identidad y exclusión o intimidad y distancia (1981); James Farrer, desde la sociología, sostiene que “se puede pensar en la cocina como un sistema de comunicación simbólica, dentro de un campo de relaciones sociales, que define lo que se puede comer, cómo se debe cocinar y qué es de buen gusto” (Farrer, 2015, p. 5); mientras que la historiadora Pilar Gonzalbo señala que “no sólo importa conocer lo que se come sino lo que se piensa acerca de la comida. Todo lo que concierne a la alimentación ha de interpretarse con un código que cada quien conoce y que incluye, el horario de las comidas y lo que se come en cada una de ellas” (Gonzalbo, 2006, p. 222).

A partir de lo hasta aquí expuesto, sugiero que la idea de cultura, como guía o estándar para las prácticas, está más vinculada a la «cocina» mientras que la «comida» tiene mayor relación con las prácticas. Es decir, la «cocina» es lo que hace que la «comida» no sea simplemente comida pues la imbuye de supuestos abstractos de lo que está permitido, o no, hacer con ella. Si la cocina transforma a la comida por medio de preceptos abstractos, la comida es concreta y maleable (Rath, 2016, p. 220). En esta separación identifiqué dos acciones: por un lado, la de preparar y consumir alimentos —a los cuales haré referencia por medio del infinitivo «comer» y el sustantivo «comida»— y, por otro, la de lo que rodea al infinitivo «cocinar» y a la «cocina», que está imbuida de reglas y significados sociales. Sobre este último punto advierto que si bien elaboro esta distinción a partir de los hallazgos e interpretación de las entrevistas, es decir se trata de una distinción empírica, no deja de ser una abstracción, de una clasificación que, en la práctica, se encuentra entremezclada.

Anteriormente se han elaborado distinciones como la que presento, por ejemplo, en su trabajo sobre la cultura culinaria francesa, Ferguson afirma que la comida se refiere a la materia que los humanos consumimos para cubrir nuestros requerimientos fisiológicos de sustento, lo que

comemos para vivir. La cocina tiene dos sentidos, por un lado, transforma la comida para su consumo<sup>23</sup> y, por otro, si ampliamos el término cocina a la noción de *cuisine*, se refiere a la sistematización y transmutación de prácticas culinarias espontáneas en códigos culturales, que, a su vez, son susceptibles de apreciación estética e interpretación cultural (Parkhurst Ferguson, 2004, p. 3).

El término «cocina» refiere también a las preferencias y etiqueta en la mesa de las que habla Geertz. Es decir, la noción de «cocina» establece también al comensal ideal. El «comensal ideal», de cualquier región o país, no tiene nada de natural: es una construcción mediada por ideas del gusto que, a su vez, tienen raíces sociales e históricas.<sup>24</sup> En *El imperio de los signos*, Roland Barthes identifica e ilustra lo que se espera tanto del cocinero como del comensal ideal japonés. El primero, selecciona elementos de calidad y los modifica mínimamente, sólo lo necesario para resaltar su sabor, mientras que el segundo, recompone el sabor de los alimentos a partir del orden en que los consume, sin modificarlos o sazonarlos en el plato. Traduzco un extracto de Barthes:

En la bandeja de comida japonesa... “el orden de los platillos, aunque hermoso a la vista, está destinado a recomponerse, la bandeja se vuelve una paleta, una superficie de trabajo que se recompone al ritmo del propio comensal cuando éste toma un poco de vegetales por aquí, algo de arroz por allá, come algo de condimento y luego un sorbo de sopa [...] así, no se trata tanto

---

<sup>23</sup> Dado que se trata de una investigación sobre restaurantes, me concentré en los discursos sobre la preparación y consumo; sin embargo, la noción de «cocina» va más allá de estos dos procesos. Por ejemplo, desde una perspectiva universalista, el antropólogo social Jack Goody (2017, p. 64), arguye que el estudio de la «cocina» debe “examinar como “conjunto”, como unidad, las fases de la producción, distribución, preparación y consumo del alimento”. Si bien en las entrevistas surgió información relacionada con la producción y distribución, decidí ahondar únicamente en los procesos en los que los restaurantes tienen mayor participación: la preparación y el consumo.

<sup>24</sup> Q. Edward Wang (2015, pp. 95-115), sinólogo e historiador, ilustra la relación entre lo que se espera del comensal y las particularidades históricas de países que usan palillos como utensilio para comer. Así, por ejemplo, señala que en China los palillos desplazaron a la cuchara porque disminuyó el consumo de mijo —que por su tamaño y forma de preparar es más conveniente comer con cuchara— y aumentó el consumo del arroz —que se puede tomar más fácilmente con palillos. El uso de palillos sería una costumbre que posteriormente adoptarían también los japoneses; sin embargo, —y aquí se ilustra mejor el ejemplo de las raíces históricas del comensal ideal— la influencia mongólica en China difundió el consumo de platillos de los que varios comensales participan al mismo tiempo, como el *hot pot* de cordero, mientras que en Japón se mantuvo la preferencia por el consumo de alimentos de forma individual.

de la transformación de la sustancia primaria, del alimento [...] sino del ensamblaje, de la composición de los elementos a partir de las decisiones del comensal” (Barthes, 1982, pp.11s).

Lo que Barthes ilustra como una posibilidad creativa es lo que la «cocina» japonesa espera de su comensal ideal. De acuerdo con Ishige, una comida japonesa contiene dos categorías: el platillo principal, que generalmente es el arroz (*gohan*) y los platillos acompañantes (*okazu*), generalmente elaborados de vegetales, *tofu*,<sup>25</sup> pescado o carne. Para comer correctamente se deben turnar los bocados de arroz con el de los platillos acompañantes. Comer de manera ininterrumpida *okazu*, es decir, sin alternarlos con *gohan*, puede considerarse de mala educación (Ishige, 2011, pp. 175s). Con la construcción del comensal ideal de «cocina» japonesa en mente, resulta particularmente ilustrativo que entre los hallazgos del trabajo de Christine R. Yano (en Beriss y Sutton, 2007, p. 63), antropóloga que investiga a las comunidades japonesas en Estados Unidos, se encuentre que para los japoestadounidenses la jerarquía *gohan-okazu* se invierte: es decir, el arroz ya no es el platillo principal y más bien acompaña al resto de los platillos. Los hallazgos de Yano coinciden con lo que una chef japonesa mencionó en una de las entrevistas para esta tesis: “en occidente el arroz es una guarnición, mientras que en Japón es el platillo principal y, todo lo que se pone alrededor, es para que se pueda comer bien el arroz.” Como mencioné antes: la noción de «cocina», con sus cocineros y comensales ideales, son construcciones mediadas por el gusto que, al mismo tiempo, tienen raíces sociales, históricas y geográficas.

---

<sup>25</sup> *Tofu*: Cuajada de soya. Tradicionalmente se agrega a la leche de soya un coagulante llamado *nigari* (el cual es esencialmente cloruro de magnesio y proviene de los residuos de la elaboración tradicional de la sal de mar) y la cuajada que se forma se corta en bloques. Es muy nutritivo y tiene gran variedad de usos en la comida japonesa, que, a grandes rasgos, usa dos tipos de tofu: el tofu de algodón, que es firme y poroso, y el tofu de seda que es “más suave, resbaladizo y delicado”. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, p. 98 [s.v. *nigari*] y p. 143 [s.v. *tofu*]; Singleton Hachisu, 2021, p. 441; Décimo séptima entrevista, 26 de febrero del 2021.

Los discursos en los que ahondaré en el capítulo siguiente, y a partir de los cuales ofrezco una historia de los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México, se elaboran a partir de un elemento ideal, que aterrizo en la noción de «cocina», y un elemento práctico, que establezco en la idea de «comida». Los entrevistados comentan sus prácticas, las de los comensales y las de otros chefs y restauranteros a partir de lo que consideran ideal y lo contrastan con lo que sucede en la práctica, en lo concreto. Por ejemplo, en cuanto a la preparación, más de un entrevistado comentó que “a los mexicanos les gustan los sabores fuertes, mientras que a los japoneses los sabores suaves”<sup>26</sup> y, en cuanto al consumo, “la comida japonesa se sazona en la boca, mientras que la comida mexicana se sazona en el plato.”<sup>27</sup>

Una vez planteada la distinción entre los infinitivos «comer» y «cocinar» y los sustantivos «comida» y «cocina», lo siguiente es agregar que éstos comienzan a funcionar como categorías — que denotan oposiciones, separan y limitan— cuando se les agrega un adjetivo. Para el caso japonés, Bestor arguye que el término *washoku*<sup>28</sup> se entendió y comenzó a usar como categoría solo después de que en Japón se normalizara el consumo de cocinas distintas, así, primero se popularizó el uso de la palabra *yōshoku*<sup>29</sup> para referirse a los alimentos y técnicas culinarias que llegaron de occidente y, sólo después de que se extendió su consumo, comenzó a usarse *washoku* como categoría opuesta a la comida occidental (en Nancy K. Stalker, 2018, p. 102).

---

<sup>26</sup> Décimo octava entrevista, 2 de marzo del 2021.

<sup>27</sup> Décimo séptima entrevista, 26 de febrero del 2021.

<sup>28</sup> *Washoku*: comida, cocina, platillos o menús que se consideran intrínsecamente japoneses y que, por lo tanto, excluye platillos chinos y occidentales que ingresaron principalmente durante el periodo Meiji (ya que anteriormente habían ingresado elementos como el *manju* o el tempura). El término *washoku*, y no *nihon ryōri* —que literalmente significa “cocina japonesa”—, fue el que Japón propuso para la patrimonialización de su cocina ante la UNESCO. De acuerdo con Bestor, la selección del término puede deberse a que *wa* sugiere la esencia de lo verdaderamente japonés: ya que es el nombre más antiguo registrado de lo que ahora se conoce como Japón (según el documento sobre la historia de la dinastía Han tardía). Definición elaborada con información de Richard Hosking, 1996, p. 154 [s.v. *washoku*]; Singleton Hachisu, 2021, p. 21; Bestor en Nancy K. Stalker, 2018, pp. 100-105; Theodore de Bary, Donald Keene, George Tanabe, Paul Varley (comp.), 2001, pp. 4s.

<sup>29</sup> *Yōshoku*: hace referencia a cocinas, platillos y técnicas que se introdujeron en Japón durante el periodo Meiji (1868-1912). Definición de Bestor en Nancy K. Stalker, 2018, p. 102.

Las distinciones suceden también a escalas más pequeñas, lo que me permite advertir que aunque a lo largo del texto me refiero a «comida» y «cocina» japonesas también hay oposiciones a escala regional. En otras palabras, sería una ficción suponer que la cocina japonesa se entiende, y práctica, de manera homogénea a lo largo del territorio de tal nación.

De acuerdo con Ishige (2011, p. 109), las preferencias del gusto japonés generalmente se discuten a partir de la división de, por una parte, la región de Kansai —con Osaka y Kioto como sus ciudades más representativas— y, por otra, la región de Kanto, influenciada principalmente por Tokio. En términos alimentarios, tal diferencia se materializa en la preferencia por sabores sutiles, en Kansai, y la inclinación por sabores fuertes, en Kanto (Stalker, 2018, p. 8). Por ejemplo, en Kansai se prefiere el *udon*<sup>30</sup> mientras que en Kanto el *soba*.<sup>31</sup> Lo anterior, se ilustra bien en el siguiente extracto de Ishige:

Una persona de Osaka o Kioto podría decir que el *soba* estilo Tokio ‘si se le compara con el *udon*, que es un fideo blanco, el *soba* parece oscuro y poco apetecible y, además, el caldo rojo con el que se acompaña lo hace demasiado salado como para ser agradable’. Alguien originario de Tokio podría decir sobre el *udon* estilo Kansai: ‘la sopa es tan clara que pareciera que al cocinero se le olvidó sazónarla, los fideos son tan gruesos que no se pueden sorber y que justo ese es el punto de comer fideos: sorberlos’ (2011, p. 250).

La oposición de gustos en lo que comprende el territorio japonés no se agota ahí. Menciono un par de ejemplos más: los fideos favoritos en Hokkaido son los de ramen y, “en el área de Nagoya, que es la ciudad más grande a medio camino entre Kanto y Kansai, los favoritos son unos fideos planos y delgados que se llaman *kishimen*” (Ishige, 2011, p. 250).

---

<sup>30</sup> *Udon*: fideos de trigo suaves y gruesos que se pueden servir fríos o calientes con acompañamientos como tempura o *aburaage* (rebanadas delgadas de tofu fritas). Cuando van calientes se sirven en caldo, de distintos tipos según la región, y cuando van fríos se remojan en alguna salsa. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, pp. 148 y 10 [s.v. *udon*] [s.v. *aburaage*].

<sup>31</sup> *Soba*: se refiere tanto al trigo sarraceno como a los fideos derivados de este cultivo. Como en el caso del *udon*, se puede comer frío o en un caldo caliente. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, pp. 130s [s.v. *soba*].



A los ejemplos anteriores se pude agregar la afirmación de uno de mis entrevistados, empresario nikkei cuya familia paterna proviene de Okinawa, que ilustra la heterogeneidad de lo que se ha llegado a clasificar como comida japonesa: “si a un okinawense le preguntas si un onigiri de *Spam*<sup>32</sup> es comida japonesa te va a decir que sí.”<sup>33</sup> Si bien fideos como el ramen —de origen chino y cuya popularización se favoreció a partir de la entrada de trigo estadounidense a Japón después de la Segunda Guerra Mundial— se han asimilado hacia lo que se considera japonés a lo largo del país,<sup>34</sup> el gusto por el *Spam* mantiene su vínculo específico con Okinawa y no ha logrado popularizarse en el resto del territorio japonés. De acuerdo con Mire Koikari, socióloga de la Universidad de Hawái en Manoa, esto sucede porque el *Spam* se asocia, por un lado, con el gusto particular de los okinawenses por la carne de cerdo, quienes mantuvieron su consumo incluso cuando se prohibió en el resto del territorio que ahora conforman las islas japonesas, y, por otro, con que es un producto que llevaron y distribuyeron directamente los soldados estadounidenses durante su ocupación de las islas que ahora conforman la prefectura de Okinawa (Koikari en Stalker, 2018).

Vuelvo al arroz: se podría hacer comida japonesa con cualquiera, pero únicamente la variante *japónica* o, en el peor de los casos alguno similar, puede considerarse parte de la cocina japonesa. Ahora bien, como en el caso del significado de ser bengalí, la cuestión no se agota en el producto: el arroz *japónica* debe cocinarse y comerse de cierta forma porque eso también significa ser japonés. De acuerdo con el trabajo de la antropóloga de origen japonés, Emiko Ohnuki-Tierney (1993, posición 135), “los japoneses se han reconceptualizado constantemente, en sus encuentros

---

<sup>32</sup> Spam: Nombre una popular marca de jamón de puerco enlatado. Véase: Spam, “Spam Classic”, disponible en: <https://www.spam.com/varieties/spam-classic>

<sup>33</sup> Vigésima segunda entrevista, 26 de octubre del 2021.

<sup>34</sup> Para una amplísimo recuento y análisis de los procesos de entrada, resistencia, asimilación y nacionalización del ramen en Japón, véase: George Solt, 2014.

con otros —chinos, coreanos u occidentales— mediante el uso de la metáfora del arroz como una representación de sí mismos”. Por ejemplo, como recordó un nikkei de tercera generación, el sólo hecho de comer arroz diario y en mayor cantidad que tortillas, funcionaba, durante su infancia, como signo de lo japonés en su entorno:

“Mis hermanos y yo crecimos comiendo más arroz que tortillas. Desayunábamos, comíamos y cenábamos arroz y en la escuela a mis amigos les daba risa que siempre que me preguntaban qué había desayunado contestaba: arroz, si me preguntaban qué había comido: arroz, y si me preguntaban qué había cenado: también arroz.”<sup>35</sup>

Para este entrevistado, el arroz que comían diario siempre fue tipo japonés. La única semana que su padre no logró conseguirlo, prefirieron no comerlo a sustituirlo por otra variedad del grano. En contraste, entrevistados de mayor edad señalan que, hace alrededor de treinta años, no siempre era posible conseguir arroz de este tipo y; sin embargo, su ausencia no parece ser un obstáculo para que recuerden experiencias de «cocina» japonesa. Un entrevistado nikkei de tercera generación recuerda la presencia del arroz al vapor como una característica de lo japonés en casa de sus abuelos maternos:

“La comida de todos los días era pescado rebozado en huevo, al huevo le ponían soya, arroz al vapor que, por supuesto, no era ni japonés ni nada de eso, era arroz Morelos o el que hubiera. A veces hacían pollo dorado, como frito, con soya.”<sup>36</sup>

En este caso, los componentes que el entrevistado recuerda como japoneses son el arroz, el pescado y la soya, pero, además, una forma particular de comer o, más bien, de no comer el arroz:

---

<sup>35</sup> Décimo novena entrevista, 24 de abril del 2021.

<sup>36</sup> Segunda entrevista, 16 de agosto del 2020.

“...es de muy mala educación echarle soya al arroz en Japón, o sea sí te llevas un fregadazo cada que se te ocurre echarle soya al arroz al vapor. No sé por qué pero eso a mi abuelo sí le generaba mucho enojo. En general todo le valía, pero eso sí no lo podía ni ver.”

### *La oposición entre lo auténtico y lo tropicalizado*

El discurso de uno de los restauranteros japoneses pioneros en la Ciudad de México ilustra algunos de los mitos de la cocina mexicana con los que se encontró al ofrecer comida japonesa:

“Entonces empecé a escoger varios platillos para que el paladar mexicano aceptara la comida japonesa. Porque México yo creo que sí tiene una cultura muy arraigada, no es como Estados Unidos, que no tiene cultura<sup>37</sup> [...] en México para poder comer algo siempre se busca algo de chile, algo mexicanizado. Esa es la gran diferencia de México y otros países. Entonces esa fue un poquito la dificultad: no cambiar completamente los platillos pero adaptar lo que es japonés a los mexicanos. Los mexicanos tienen una cultura de salsas, a todo le ponen salsas. Al principio yo me enojaba porque ya estaba todo sazonado y le ponían salsa, pero después ya no les dije nada. Esa es la diferencia, yo creo, cultural entre el mexicano, el japonés y otros”<sup>38</sup>

De este extracto me gustaría resaltar dos cuestiones, por un lado, la percepción de que hay un paladar mexicano arraigado —que se materializa en el uso de salsas— y, por otro, el obstáculo que supone a la hora de querer ofrecer comida de otros sitios, tal obstáculo se entiende como un elemento cultural que no necesariamente se encuentra en países como Estados Unidos.

---

<sup>37</sup> La idea de que Estados Unidos no tiene cultura proviene, más bien, de que no hay una cultura homogénea, al contrario de los casos mexicanos y japonés en que se asume que hay una “cultura” relativamente uniforme —que tiende a dejar de lado las diferencias regionales o de los grupos que no se ajusten con facilidad a la idea de homogeneidad. Un ejemplo de este argumento es de Corona y Good: “En contraste con su vecino del norte —que es una nación de inmigrantes de diversos orígenes—, México heredó una cultura milenaria —la mesoamericana— que tiene una compleja cocina o cuisine que surgió dentro de su propia tradición cultural. Mintz [...] destaca la falta de una cultura culinaria autóctona como un factor fundamental en la aceptación de la comida procesada e industrializada en Estados Unidos” (Eshelman y Corona de la Peña, 2011, p. 14).

<sup>38</sup> Quinta entrevista, 3 de septiembre del 2020.

La mexicanización de la comida extranjera no es algo que se perciba sólo para el caso de la cocina japonesa, como bien ilustra Salvador Novo al retomar unos párrafos de la segunda edición, de 1883, del *Nuevo Cocinero Mexicano*:

“Como de algún tiempo a esta parte, la cocina francesa ha invadido nuestros comedores, y se van haciendo de uso común entre nosotros sus condimentos y su esmerada finura en la disposición de sus platos, se han tomado varios artículos [...] que son obras maestras en la materia [...] [Pero] Para insertar en nuestra obra estos artículos, ha sido indispensable *mexicanizarlos*, por decirlo así, adaptándolos con las menores variaciones posibles a nuestros gustos y paladares...” (1967, p. 113).

Hay algo que se imagina como gusto mexicano, gusto japonés o gusto francés, por mencionar algunos ejemplos y, eso que se imagina, funciona como símbolo para guiar los actos cotidianos. La elaboración de todos estos gustos, como ya he mencionado, está vinculada con procesos sociales e históricos. En el caso de Japón, de acuerdo con el trabajo de Ishige, la historia alimentaria se puede dividir en tres periodos. Primero, el formativo —siglos VI al XV de la e.c.— en el que se asimilaron diversos elementos de la cocina china, que se japonizaron de acuerdo con las preferencias nativas, y en el que llegaron de América ingredientes como la pimienta de cayena y el camote, así como técnicas de preparación de alimentos por medio de la fritura, cuyo caso más ilustrativo es el tempura. Segundo, el periodo de maduración —de 1639 a 1868— durante el cierre de Japón al exterior, en el que se sistematizó, adaptó y consolidó lo que se tomó del extranjero para formular lo que hoy se entiende como «cocina» japonesa tradicional. Tercero, el periodo de creación de nuevos hábitos en que se integran ingredientes y platillos, en este caso de occidente, y se japonizan no sólo de acuerdo con las preferencias nativas sino también a partir (o en contraste) de lo que se entiende como como «cocina» japonesa tradicional (2011, pp. 46s, 67, 84, 105 y 162).

Es pertinente ilustrar la periodización anterior con algunos ejemplos. En primer lugar, el propio Ishige sostiene que, en el siglo XVII, la corte japonesa comenzó a usar palillos y cuchara, a la usanza de la china, pero el uso de la cuchara nunca se extendió entre la población en general (ya porque eran caras, ya porque se había arraigado la costumbre de beber la sopa directo del plato) y, con el debilitamiento de las relaciones con China, la corte japonesa eventualmente también abandonó el uso de la cuchara. En segundo lugar, Nancy Stalker, profesora de historia cultural japonesa, afirma que “platos que ahora son icónicos de la cocina japonesa, como el *omuraisu*<sup>39</sup> y el *tonkatsu*,<sup>40</sup> fueron japonizados en su sazón e ingredientes” (2018, p. 9) —platos como la *hambagu*, hamburguesa que se acompaña de arroz en vez de pan y se le agregan ingredientes usuales en la comida japonesa, como la salsa de soya, son un excelente ejemplo de japonización del gusto.<sup>41</sup> Finalmente, la antropóloga Yoshimi Osawa sostiene que algunos restaurantes de cocina extranjera en Japón anuncian que sus platos “se han adecuado para el paladar japonés” (en Stalker, 2018, pp. 127s). Tal adecuación generalmente equivalía a una o más de las siguientes

---

<sup>39</sup> *Omuraisu*: Platillo de arroz frito con un omelette encima, generalmente se le acompaña con salsa cátsup o salsa demi-glace. Es un platillo derivado de los alimentos y preparaciones que entraron a Japón en la época Meiji. Definición elaborada a partir de Imada y Isato Furumitsu, 2020, p. 1345; “Omurice” en *Tasteatlas*, disponible en: <https://www.tasteatlas.com/omurice>

<sup>40</sup> *Tonkatsu*: Platillo de chuleta de cerdo empanizada y frita, generalmente se acompaña con salsa usuta (salsa inglesa) o una versión de la salsa usuta con cátsup y otros ingredientes que la hacen más dulce y espesa. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, pp. 144 y 151 [s.v. tonkatsu] [s.v. usuta].

<sup>41</sup> Aquí cabe anotar que, aunque se trate del mismo arroz de grano corto cocinado al estilo japonés, si se sirve con comida occidental se llama *raisu* y si se le acompaña con comida japonesa se le denomina *gohan*. Véase: Emiko Ohnuki-Tierney, *op. cit.*, posición 1482 [edición para Kindle]. Por su riqueza descriptiva, vale la pena no dejar pasar lo que Ishige dice sobre la adaptación de los platos de carne empanizada: “By about 1900 breaded cutlets had become standard fare at the so-called Western-food restaurants in Tokyo. The Western foods served in those restaurants were generally Japanese versions, and the cutlets were no exception. The meat was changed to pork, which was especially well-liked in Tokyo, or beef. The butter was changed to lard for frying pork, or beef fat for beef. And the pan-frying technique was altered to a sort of deep-frying, filling the pan with enough fat to immerse the meat. Some restaurants then took the tempura approach of deep-frying the breaded meat in a pot of sesame oil. (Western-style cooking in the home, which was still uncommon at that time, was done with vegetable oil.) Finally, the seasoning of the cutlet was transformed as a liberal amount of *usutā* sauce (the thick relatively mild Japanese version of Worcestershire sauce) was added after cooking. This was because there was a popular impression that Worcestershire sauce was the western equivalent of soy sauce, and hence a flavor enhancer to any Western-style dish. The cutlets also came to be garnished with mustard (*karashi*, which is sharper than Western mustard and is dissolved in water rather than vinegar) [...] Having been transformed into a food that is eaten with chopsticks, *tonkatsu* acquired Japanese nationality” (Ishige, 2011, p. 247).

acciones: sustituir el pan por arroz, usar salsas con base de soya para que su sabor combinara con el arroz, usar salsa inglesa (Worcestershire sauce) como equivalente occidental de la soya o adecuar los platillos para que pudieran comerse con palillos (Ishige, 2011, pp. 155 y 169s).

Más allá de la periodización y los ejemplos, resulta relevante que, aunque mis entrevistados hablan de los platillos que han resultado de procesos de japonización, no lo expresan en esos términos. Una restaurantera y cocinera japonesa de un pequeño establecimiento al sur de la ciudad afirma: “el estilo de la cocina de mi restaurante es casero y con ingredientes que se pudieron empezar a conseguir en Japón después de la Segunda Guerra, como cátsup y mayonesa”,<sup>42</sup> cabe destacar que, aunque ya incluye a esos ingredientes como parte de la comida japonesa, define como externo al queso crema y señala que sólo agrega ingredientes como esos a su cocina “si ella considera que tienen buen sabor.”<sup>43</sup> Otro ejemplo: un chef y restaurantera japonés habla positivamente sobre la experiencia de integrar ingredientes mexicanos a su comida, “me interesó mucho el material desconocido, como carne y pescado, que encontré en viajes por México. Entonces uso producto mexicano para la comida japonesa que preparo. Aquí en México hay mucho buen producto, lo que es muy emocionante para un chef.”<sup>44</sup>

En el discurso de los entrevistados se observa una oposición entre dos tipos de comida japonesa: una tradicional, que viene de Japón, aunque se haya mezclado previamente con ingredientes o técnicas no japonesas, y una tropicalizada, que es la que tiene intervención mexicana, sea porque se sirve en restaurantes que tropicalizan por iniciativa propia o sea porque la pidan los comensales. En este punto, resulta pertinente introducir la referencia que tengo en mente al hablar

---

<sup>42</sup> Cuarta entrevista, 26 de agosto del 2020.

<sup>43</sup> Cuarta entrevista, 26 de agosto del 2020.

<sup>44</sup> Primera entrevista, 15 de agosto del 2020.

de la noción de oposiciones para, posteriormente, ahondar en la oposición de lo auténtico en contraste de lo tropicalizado.

Una lectura obligada en el estudio de la relación entre la cultura —tramas de significación— y la alimentación es el análisis sobre lo crudo y lo cocido en las *Mitológicas* de Claude Lévi-Strauss. Aunque a Lévi-Strauss en realidad no le interesa la alimentación sino los mitos, su trabajo es muy útil para pensar sobre discursos sobre la cocina y la comida, dado que muestra “de qué modo categorías empíricas, tales como las de crudo y cocido, fresco y podrido, mojado y quemado, etc., [...] pueden servir de herramientas conceptuales para desprender nociones abstractas y encadenarlas en proposiciones” (2019, p. 11). A partir del análisis de una serie de mitos propone que la cocción de los alimentos funciona como una especie de mediación entre el cielo y la tierra, la vida y la muerte y la naturaleza y la sociedad. Así, por ejemplo, de acuerdo con el mito de los Timbirá Orientales sobre el origen del fuego: “en otros tiempos los hombres desconocían el fuego y calentaban la carne exponiéndola al sol sobre una piedra plana para que no estuviera del todo cruda” (2019, p. 76). Retomo a Lévi-Strauss por, primero, la manera en que plantea analizar, mediante oposiciones o binarios, las tramas de significado en mitos diversos y, segundo, porque considero que hablar de «cocina» significa hablar en términos mitológicos. Los binarios funcionan como categorías para el discurso, son referencias que intentan sistematizar lo que sucede en la práctica o, más bien, lo que se imagina sucede en la práctica.

Continúo con Lévi-Strauss. Una de las características del pensamiento mitológico es que tanto sus propiedades como su origen se mantienen ocultos: “desde el instante en que son percibidos como mitos, sea cual haya sido su origen real, no existen más que encarnados en una tradición. Al contar un mito, oyentes individuales reciben un mensaje que no viene, por hablar, propiamente, de ningún sitio; es ésta la razón de que se le asigne un origen sobrenatural” (2019,

pp. 21 y 27). Por ello, el análisis de mitos no se aboca en encontrar el origen o la verdad detrás de éstos, puesto que son elaboraciones inconscientes, sino en interpretar sus tramas de significado y, en el caso del análisis como los de Lévi-Strauss, proponer un sistema de axiomas y postulados que los presentan como código.

Si bien no propongo axiomas, porque sería suponer que mi tema de estudio es un sistema coherente y cerrado, retomo la noción de oposiciones que identifica Lévi-Strauss detrás del pensamiento mitológico. Los discursos sobre los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México se elaboran a partir de oposiciones, entre las que destacan la de lo auténtico y lo tropical. Tales oposiciones son categorías, guías o tipos ideales, para interpretar las tramas de significado detrás de los discursos sobre la «cocina». La cuestión no es si tales oposiciones son falsas o verdaderas, sino que están imbuidas de significados que parecen naturales u obvios —*evidentes-por-sí-mismos*— y que, además, son susceptibles de producirse o materializarse en actos específicos.

La discusión sobre la autenticidad es resbaladiza porque, por un lado, no es una cualidad inherente de las personas u objetos sino que se identifica y se elabora socialmente y, por otro, porque generalmente se apela a ella cuando se pone en duda (Peterson, 2005). Por ejemplo, en su trabajo sobre las distintas condiciones de autenticidad que se le puede asignar al *chankonabe*, el antropólogo R. Kenji Tierney arguye que las declaraciones de autenticidad reflejan preocupaciones en torno a la esencia y desplazamiento. Es decir, dado que un objeto, persona o práctica ha sido removido de lo que se imagina como su entorno original su significado o valor se pone en duda. Así, con más o menos grados de éxito, asegurar la autenticidad de algo significa que se mantiene fiel a ese entorno original imaginado (2016). Además —retomo el trabajo de Douglas sobre la pureza— la autenticidad, así como lo que se considere su opuesto, es una categoría relativa. Es



decir, se trata de binarios que no son absolutamente opuestos: lo que es auténtico en relación con algo puede no serlo al compararse con una cosa más (Douglas, 2003).

Más que definir lo auténtico, la literatura sobre el tema se ha concentrado en indicar algunas de las características que crean la percepción de lo auténtico. Por ejemplo, Johnston y Baumann (2007), en su trabajo sobre los discursos de la distinción en el ámbito *foodie*, identifican cuatro características de lo que se denomina comida auténtica: la geografía, la simplicidad, las relaciones personales y la historia. Bajo esta idea, ofrezco algunos de los discursos sobre la autenticidad que surgieron en las entrevistas. Comienzo con el del restaurantero con mayor antigüedad, japonés que fundó su restaurante en 1975: “no importa tanto que los ingredientes sean japoneses, lo que importa es la técnica: que se haga bien el arroz, que se haga *ikejime*<sup>45</sup> al pescado. Ahora hay restaurantes kaiseki en Japón que usan aguacate o queso y siguen siendo kaiseki.”<sup>46</sup> Como se observa, este restaurantero considera que la autenticidad radica en la técnica. Cuando inició su negocio no podía depender de ingredientes que se trajeran desde Japón y la técnica, por medio de las personas migrantes, era lo que se podía exportar de allá.

El único chef y restaurantero, japonés, de comida kaiseki en la Ciudad de México sostiene: “mi comida es auténtica japonesa porque, aunque uso ingredientes de otros lados y los sirvo en porcelana mexicana, mi manera de cocinar y de servir es como se hace en este tipo de restaurantes en Japón.”<sup>47</sup> Al igual que el restaurantero de mayor antigüedad en las entrevistas, este chef coloca la autenticidad en la técnica —que él personifica y, por lo tanto, puede traer— y agrega que,

---

<sup>45</sup> *Ikejime*: método para matar pescado que pretende aminorar el estrés que causa la muerte por sofocación y, con ello, las reacciones químicas y biológicas que aceleran la descomposición. Las particularidades del método cambian según el tipo de espécimen, en algunos casos, se destruye la espina dorsal del pescado y, en otros, se desangra. Definición elaborada a partir de Japanese Government. Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, “The Delight of Japanese Food”, disponible en: <https://www.maff.go.jp/e/data/publish/attach/pdf/index-134.pdf>, Ikejime Federation, “What Is Ike Jime?”, disponible en: <https://ikejimefederation.com/what-is-ike-jime/>

<sup>46</sup> Doceava entrevista, 27 de enero del 2021.

<sup>47</sup> Novena entrevista, 13 de enero del 2021.

además de en la cocina, la técnica está también en la forma de servir. Ahora bien, en más de una ocasión, el chef de comida kaiseki mencionó en la entrevista la facilidad con la que ahora se consiguen ingredientes japoneses (“ahora tenemos de todo”), lo que remite a una frase del trabajo de Ray sobre los restauranteros migrantes: “la busca de la autenticidad es una ansiedad que se produce por medio del acceso” (2016, p. 99). Así, aunque la noción de autenticidad de ambos entrevistados radique en la técnica, como se verá en el capítulo siguiente, la autenticidad no era tan relevante cuando la oferta, tanto de restaurantes como de ingredientes, era limitada.

A pesar de la condición escurridiza de la definición de autenticidad, considero que tiene una cualidad innegable —que retomo del trabajo de la socióloga Sharon Zukin—: “la autenticidad es una herramienta de poder. Un grupo que afirme poseer la autenticidad de ciertas prácticas puede desplegar su superioridad moral ante quienes se considere que no estén en posesión de tal autenticidad” (2010, p. 3). Por lo anterior, es ilustrativo que un chef y restaurantero nikkei de segunda generación asocie la autenticidad a la posibilidad de comprar más ingredientes japoneses y, como consecuencia, al costo: “me gustaría tener un restaurante más tradicional, pero en esta zona no se puede porque es muy comercial. Un restaurante tradicional requeriría importar más producto de Japón y eso aumentaría los precios.”<sup>48</sup> Finalmente, un chef y restaurantero mexicano de comida japonesa, que se podría argumentar es el más alejado tanto sanguínea como geográficamente de Japón, pone la autenticidad en lo “hecho en casa”: “nosotros hacemos las cosas en casa. Otros restaurantes con japoneses no hacen sus propios encurtidos, fermentos, no maduran sus pescados.”<sup>49</sup> Como se observa en las líneas anteriores, las características de estos discursos sobre la autenticidad son, por un lado, la técnica —en la cocina o en el servicio— y, por otro, los ingredientes. En términos de Johnston y Baumann, la preocupación por los ingredientes sería un

---

<sup>48</sup> Treceava entrevista, 1 de febrero del 2021.

<sup>49</sup> Décima entrevista, 19 de enero del 2021.

elemento geográfico, mientras que el énfasis en la técnica se vincularía con la noción de relaciones personales: es decir, los chefs se consideran portadores de la técnica. El discurso del restaurantero mexicano que se preocupa por lo “hecho en casa” se podría clasificar como elemento geográfico, desde la idea de que es deseable lo que se hace localmente, y de relación personal, dado que hacer las “cosas en casa” requiere cierto grado de técnica.

La autenticidad se vincula con los discursos sobre los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México por dos razones: primero, por su relación con la migración y, segundo, por la situación de la comida japonesa fuera de Japón. Sobre la relación con la migración: tanto para la esfera privada, del hogar, como la semipública, del restaurante, los trabajos de Ray ilustran la relación entre la migración y la autenticidad. En la esfera privada la autenticidad se relaciona con la esencia, con lo que uno es —que, por ejemplo, en el caso de los bengalíes consistiría tanto en la combinación de arroz + pescado + curry como en saber consumir el pescado sin atorarse con sus espinas—; por esta razón, afirma que la “autenticidad es la elaboración subjetiva de la cultura como un dogma esencialista, que, además, se mantiene fijo en el pasado” (Ray, 2004, p. 168). En el restaurante, la autenticidad se vuelve un “pasado útil”, una relación en la que se materializa lo que los migrantes entienden y elaboran como su esencia y la ofrecen a los comensales, lo cual recuerda la cita de Farrer que mencioné en la introducción: los “restaurantes son zonas de contacto culinario en las que migrantes, geográficamente móviles, y comensales, socialmente móviles, adquieren formas particulares de capital culinario” (Ray, 2004, p. 168).

En cuanto a la situación de la comida japonesa fuera de Japón, Farrer afirma que algunas cocinas viajan mejor que otras y, en la segunda mitad del siglo XX, la japonesa viajó muy bien. Sin embargo, la expansión y el éxito también han causado preocupación. De acuerdo con Bestor, “durante las dos últimas décadas tanto el gobierno japonés como el *establishment* culinario de tal

país se han abocado en promover la «cocina» tradicional de Japón bajo el término washoku” (en Stalker, 2018, p. 99). El mismo Bestor pregunta: ¿cuál sería la preocupación de establecer a la cocina japonesa tradicional si la comida japonesa se ha establecido ya en todo el mundo? La respuesta, que extrae de Appadurai, es la oposición o el encuentro con el otro, puesto que “las cocinas que se mantienen en sus sitios de origen, difícilmente participan o se preocupan por discursos sobre la autenticidad” (en Stalker, 2018, pp. 100s). Así, la expansión de la comida japonesa, y su desterritorialización, puede ser una de las causas de la ansiedad por la autenticidad, ya que una de las características que crean la percepción de lo auténtico es la localización geográfica (Imai en Farrer, 2015, p. 59) —que en lo agrícola, y en particular en la producción de vid para vino, se conoce como *terroir*.

La preocupación por la autenticidad de se observa en los discursos de mis entrevistados, sobre todo, cuando se refieren a lo opuesto de lo auténtico, esto es, a lo tropicalizado. La cuestión con lo tropicalizado es que, aunque sea una afrenta a lo tradicional, puede ser también una oportunidad. Por ejemplo, en su trabajo sobre restaurantes de comida china en Estados Unidos, Jennifer 8 Lee se encuentra con que algunos de los restauranteros dan por hecho que “si a los estadounidenses se les ofreciera auténtica comida china, se negarían a comerla y, como les gusta el pollo, lo dulce y lo frito, era obvio que estos deseos convergieran en la popularidad de un platillo como el pollo del General Tso” (2008, p. 77) —8 Lee dedica un capítulo completo de su libro a documentar el origen chino de este platillo de pollo frito agridulce, lo cual no logra, porque no es de origen chino.

¿Qué se dice sobre lo tropicalizado en los discursos de los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México? A grandes rasgos, los discursos sobre la tropicalización se concentran en la adaptación y el rescate. De la adaptación hablan los japoneses con mayor antigüedad en la

ciudad: “como los mexicanos tienen una cultura alimentaria arraigada, si los restaurantes más antiguos querían atraer clientes mexicanos tenían que adaptar sus sabores a los deseos de los clientes. Claro que es válido poner un límite de lo que se puede o no hacer, pero si se ponen demasiados límites no puede haber expansión.”<sup>50</sup> Los discursos sobre el rescate se observan en quienes tienen menos tiempo en la Ciudad de México o son más jóvenes, un chef japonés afirma que puso su restaurante porque cuando llegó, hace aproximadamente diez años, probó “varios restaurantes japoneses, pero no era comida japonesa real, era muy tropicalizada, y pensé: ‘yo puedo hacer algo mejor que lo que hay’, y por eso no regresé a Japón.”<sup>51</sup> La tropicalización va más allá de los ingredientes, como se observa en lo que dice el chef de kaiseki sobre el servicio y en el relato de una restaurantera japonesa:

“Cuando empecé con el restaurante servía todo —arroz, sopa *miso*<sup>52</sup> y guisado— simultáneamente, pero los mexicanos comían primero la sopa, luego el arroz y al final el guisado. Me frustraba ver que para cuando llegan al guisado ya estaba todo frío y sabía mal, cuando tengo clientes mexicanos sirvo primero la sopa y luego el arroz con el guisado, porque lo importante es que la comida sepa bien, que los clientes coman sabroso. Cuando los clientes son japoneses sirvo todo al mismo tiempo”<sup>53</sup>

Si las oposiciones funcionan como polos, hace falta describir e interpretar lo que está al medio. Para esto, retomo a Mary Douglas, quien afirma que la cultura, entendida como los valores estandarizados de una comunidad, media la experiencia de los individuos y provee, de antemano, categorías básicas para ordenar las ideas y los valores (2003, posición 932).

---

<sup>50</sup> Doceava entrevista, 27 de enero del 2021.

<sup>51</sup> Primera entrevista, 15 de agosto del 2020.

<sup>52</sup> *Miso shiru*: sopa miso. Tiene como base un dashi (caldo) —que generalmente se prepara con katsuobushi (hojuelas de bonito (*Katsuwonus pelamis*) ahumadas y deshidratadas)—, se espesa con pasta miso y se le agregan verduras y tofu. La pasta miso es un fermento de granos de soya, arroz y/o cebada que se elabora a partir de la reacción que produce el hongo *kōji* (*Aspergillus oryzae*). Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, pp. 34, 70, 74 y 87. [s.v. dashi] [s.v. katsuobushi] [s.v. kōji] [s.v. miso] [s.v. miso shiru].

<sup>53</sup> Cuarta entrevista, 26 de agosto del 2020.

Tales categorías separan, purifican, demarcan (y cuando es necesario castigan las transgresiones) así, la mediación de la experiencia de los individuos sucede exagerando la diferencia entre las categorías —u opuestos, según lo que elaboré sobre Lévi-Strauss— que, en la práctica, no están tan alejadas. La intención —de nadie en particular porque se trata de pensamientos mitológicos, de discursos— es que la experiencia sea ordenada, limpia. Ahora bien, continúo con Douglas, el desorden y la suciedad también tiene un lugar dentro de la estructura cultural: “se reconoce su poder destructivo y su potencialidad” (Douglas, 2003, posición 3034). A continuación, comparto una viñeta que ilustra la presencia de la noción de pureza en el discurso de tres chefs y restauranteros japoneses y que permite ver cómo se juega con lo que está al medio de las nociones sobre lo auténtico y lo tropicalizado:

—¿Desde el inicio sirvió pescado crudo en su restaurante?

Restaurantero japonés: “Sí, *sashimi*<sup>54</sup> de corte fino, no grueso. Y de todos modos [los clientes mexicanos] decían “¡guácala!, cómo es posible que coman pescado crudo, ¡qué cochinada!”, pero nosotros les decíamos “pruebe”. También empezamos a usar la salsa de soya con limón.

Chef y restaurantera japonesa: “Eso atrajo muchísimo”

Restaurantero japonés: “Sí [...] yo soy culpable de no usar soya natural. Es que los mexicanos quieren adaptar a su gusto y cambiar un poquito la comida, porque su cultura es arraigada, ¿no?”

—¿Y cómo es que decidió ponerle limón a la salsa de soya?

Restaurantero japonés: “Bueno, pues buscando adecuarme al gusto mexicano. Aunque hay también *ponzu*<sup>55</sup> en Japón y se usa para ciertos cortes de sashimi fino, no se usa para todo tipo de comida. Y aquí en México se cree que el *ponzu* es la salsa de soya, pero quien conoce bien [la cocina japonesa] sólo usa salsa de soya, no ponzu, y utiliza poca”

—¿A usted también le pasa lo del ponzu en su restaurante más tradicional?

---

<sup>54</sup> *Sashimi*: pescado o marisco que se sirve crudo y en rebanadas delgadas. Generalmente, se consume al inicio de una comida y puede acompañar con un poco de salsa de soya, wasabi o pimienta de agua (*Polygonum hydropiper*). El sashimi de pulpo se hierve antes de rebanar. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, p. 115 [s.v. sashimi].

<sup>55</sup> *Ponzu*: de manera literal, la palabra ponzu se refiere al jugo de frutas ácidas en japonés. Sin embargo, generalmente se usa para referirse a la mezcla de la salsa de soya con el jugo de frutas ácidas como *daidai* (*Citrus aurantium*), *sudachi* (*Citrus sudachi*), *kabosu* (*Citrus sphaerocarpa*) o limón. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, p. 107 [s.v. ponzu].

Chef y restaurantero japonés: “Sólo cuando sirvo sashimi pregunto a los clientes si prefieren soya natural o ponzu... pero no sirvo chiles toreados” (risas)<sup>56</sup>

En las líneas anteriores se observa cómo estos migrantes japoneses plantean a la soya con limón como facilitadora del consumo de algo que en la Ciudad de México se consideraba una práctica impura, sucia: el consumo de pescado crudo. La ironía es que la introducción de ese facilitador contamina la cocina japonesa, por ello, el chef del restaurante que los entrevistados consideran más tradicional, porque ofrece comida kaiseki, sólo ofrece algo similar —ponzu— cuando considera que no transgrede sus platillos y, además, remarca el límite de algo que sería inaceptable: la salsa de soya con chiles toreados.

---

<sup>56</sup> Quinta entrevista, 3 de septiembre del 2020.

## **Una historia de los restaurantes japoneses en la Ciudad de México**

El affaire de los habitantes de la Ciudad de México con Japón no es una novedad. En su libro *I Speak of the City*, el historiador mexicano Mauricio Tenorio ilustra la vida cultural de la ciudad a finales del siglo XIX e inicios del XX y dedica un capítulo a la relación con Japón, o con la idea de Japón. De acuerdo con Tenorio, además del interés por el arte y los avances científicos, a los habitantes de la ciudad que tenían la posibilidad de pasear, hacer compras y recrearse en la zona central les fascinaba el consumo de “lo japonés”. Lo anterior era posible gracias a la presencia de la tienda departamental El Nuevo Japón, que comenzó como tienda de textiles pero en la que, eventualmente, se podía ver porcelana e, incluso, cerezos en flor (2012, p. 230). La tienda departamental El Nuevo Japón ya no está en la Avenida Juárez del Centro Histórico, pero la mayoría de los restaurantes que menciono en esta historia continuaban abiertos mientras la escribía. Esto permite, a la par de la clasificación semicronológica que elaboro a partir de los discursos sobre la autenticidad vs. la tropicalización, pensarlos y analizarlos de manera conjunta como espacios sociales dentro de la Ciudad de México.

Antes de iniciar el capítulo siguiente, de comenzar con la historia, cabe hacer un par de anotaciones. Primero, no es una historia que cubra la totalidad de restaurantes de comida japonesa que ha habido en la ciudad, ni siquiera es una historia elaborada con información de todos los restaurantes de este tipo que hay actualmente. Una empresa de esa categoría requeriría un método distinto al que usé, a saber, de archivo, estadístico o hemerográfico. Segundo, únicamente incluyo en el cuerpo del texto a los restaurantes que mis entrevistados mencionaron explícitamente.

\*\*\*

Aparte de los límites materiales y ecológicos, es decir, de la disponibilidad de ingredientes del lugar al que se migra, en los restaurantes de migrantes convergen: la cocina del lugar de origen,



la cocina del lugar de destino, los deseos de quienes cocinan y quienes comen, así como la reputación y las condiciones económicas del grupo migratorio. Tales elementos no son fijos, lo que se ilustra en las dos viñetas siguientes. La primera, es de una chef japonesa que llegó a la Ciudad de México en 1969 y estableció su primer restaurante en 1996:

“En 1970, más o menos, en México todavía no había tal conocimiento de la cocina japonesa ni restaurantes japoneses. Mucha gente me preguntaba: “¿es cierto que los japoneses comen pescado crudo?” y cuando yo contestaba que sí, se sorprendían. Después de diez años, veinte años, ya en 1990, cuando abrí mi primer restaurante en 1996 [...] la situación de la comida japonesa ya había cambiado, ya estaba de moda [...] y más bien a los que les gustaba la cocina japonesa eran considerados, por los mismos mexicanos, como de gustos refinados”<sup>57</sup>

La segunda viñeta es de una migrante japonesa que inició un centro cultural con venta de comida, que ella misma prepara, en 2020:

“Pensé que para mi proyecto podría usar el privilegio que ahora significa ser japonesa, porque ahora en México hay muchos *fans* de lo que es japonés y la comida japonesa llama la atención, toda la gente quiere probarla.”<sup>58</sup>

El discurso de estas migrantes ilustra el cambio en el conocimiento y reputación de la comida japonesa en la Ciudad de México: primero, de empezar como algo desconocido que causaba desconfianza o morbo, a convertirse un reflejo de distinción y educación —de capital cultural—, para terminar como algo que muchas personas desean comer. Estas migrantes japonesas están conscientes del cambio en la apreciación comida japonesa fuera de su país de origen y, en el caso de la del centro cultural, lo plantea abiertamente como un elemento favorable para su proyecto. Estas viñetas traen a la mente la afirmación de Ray sobre que los restauranteros

---

<sup>57</sup> Quinta entrevista, 3 de septiembre del 2020.

<sup>58</sup> Sexta entrevista, 19 de septiembre del 2020.

migrantes “tienen mucho que decir sobre la ciudad en que se establecen, los consumidores, el gusto y lo que hay que sortear para ganarse la vida dentro de los límites que implican” (2016, p. 75).

A continuación, presento una historia de los restaurantes japoneses en la Ciudad de México. Tal historia surge de los propios relatos de los migrantes japoneses y sus descendientes —nikkei—, sobre lo que tienen que decir sobre el gusto japonés, el gusto mexicano y la Ciudad de México, así como los límites y oportunidades que les implicaron e implican. La historia, en general, coincide con lo que James Farrer *et. al* elaboran sobre la movilidad global de los restaurantes japoneses: al inicio se trata de restaurantes de migrantes y chefs japoneses, cuyos clientes principales son otros migrantes japoneses, pero que, eventualmente, comienzan a frecuentar (y, en ocasiones, a operar) las elites urbanas y los *trendsetters* y, finalmente, los consumidores promedio (en Leong-Salobir, 2019, pp. 39 y 47).

Los apartados en que divido esta historia pretenden plasmar los distintos discursos sobre la autenticidad y tropicalización que compartieron —y comparten— los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México. Cada uno de los bloques en los que divido la historia tiene una relación particular con la oposición de lo auténtico vs. lo tropicalizado, es decir, se trata de restaurantes que no sólo comparten épocas sino también elementos como: la idea del éxito de un restaurante, las condiciones de aceptación y popularización de la comida japonesa en el mundo, mayor o menor acceso a productos, entre otros.

#### *Antes de los restaurantes*

En su estudio sobre los bengalíes en Estados Unidos, Ray afirma que “la primera oleada de migrantes tiene mayor dificultad para adquirir los ingredientes definitorios de su cocina” (2004, p. 100). Tales dificultades les obligan a adaptarse, así: “buena parte de la cocina bengalí-estadounidense surge de combinar las memorias previas a la migración y lo que hay disponible en

el mercado” (Ray, 2004, p. 152). En la época previa a que se fundaran los primeros restaurantes japoneses, el acceso a los ingredientes necesarios para preparar comida japonesa era muy limitado, razón por la cual, posiblemente, en este periodo la noción de «comida», como lo posible, pareciera ser más importante que la «cocina», como lo ideal.

Los recuerdos alimentarios que dos nikkei tienen de su abuelo —que llegó a México en 1932— dan cuenta de las posibilidades materiales de los migrantes y la adaptación de la memoria alimentaria. Además de señalar que su abuelo “comía sopa de fideos prácticamente diario”,<sup>59</sup> a manera de sustitución de los fideos que, supone, comía en Japón, uno estos nikkei recuerda:

“Si a mi abuelo se le antojaba sashimi, nos mandaba a la tienda de la esquina a comprar jamón muy delgadito. Entonces se ponía su tazón de arroz, su jamón, la soya que él preparaba, a la que le rayaba rábano rojo, el del pozole, y se lo comía como si fuera sashimi.”<sup>60</sup>

Fuera de casa, en el ámbito comercial, la memoria alimentaria y las posibilidades materiales pueden convertirse en un “pasado útil” (Ray, 2004, p. 152), como se observa en la experiencia de Yoshigei Nakatani y Emma Ávila,<sup>61</sup> que inventaron los cacahuates japoneses en el barrio de La Merced en la Ciudad de México:

“En realidad el cacahuete japonés no tiene soya y para mí ese es el gran logro de mi abuelo y de mi abuela, que hacen una especie de soya con agua y sal, piloncillo, chile guajillo y color caramelo, para que se viera como la soya. Y cuando en los 70 empiezan a llegar más cosas, mi abuelo

---

<sup>59</sup> Catorceava entrevista, 2 de febrero del 2021.

<sup>60</sup> Segunda entrevista, 16 de agosto del 2020.

<sup>61</sup> Sergio Hernández Galindo y Emma Nakatani Sánchez, “El cacahuete japonés que nos legó la familia Nakatani” en *Discover Nikkei*, disponible en <http://www.discovernikkei.org/es/journal/2018/8/31/cacahuete-japones/>

adiciona un ingrediente muy controversial: el *ajinomoto*<sup>62</sup> [...] pero a esas alturas del partido el producto ya estaba muy posicionado y era sólo una mejora”.<sup>63</sup>

Durante muchos años, cuentan estos dos nikkei, su abuelo prácticamente no tuvo acceso a productos de origen japonés. Comentan que, más de veinte años después de haberse establecido en la Ciudad de México, su abuelo conseguía ocasionalmente productos de Japón, que llegaban en barco, “en la tienda ‘La Avenida’ que estaba en la calle de Niño Perdido y que ahora es el Eje Central.”<sup>64</sup> De manera similar, una funcionaria nikkei de padres japoneses rememora que cuando era niña “no había muchos productos japoneses para cocinar y mi mamá batallaba por eso. En algunas ocasiones ni siquiera se podía conseguir salsa de soya.”<sup>65</sup> Esta funcionaria también afirma que algunos miembros de la comunidad japonesa en México fabricaban ingredientes como miso, tofu y salsa de soya y, sobre esto, resalta dos recuerdos: por una parte, la “caja mágica de comida japonesa” que, en realidad, era la cajuela de una camioneta Nissan que manejaba un migrante japonés para vender, casa por casa, productos japoneses a sus compatriotas, por otra parte, la pescadería de una familia japonesa en el mercado de San Juan gracias a la cual “era posible comer sashimi en casa.”<sup>66</sup>

Los primos nikkei, que menciono en los párrafos anteriores, si bien recuerdan que su abuela mexicana se hacía cargo de la cocina del día a día, afirman que su abuelo cocinaba comida japonesa, sobre todo, para año nuevo. Entre los diversos platillos que preparaba para esa época se encuentra

---

<sup>62</sup> *Ajinomoto*: nombre del glutamato monosódico que sirve como aditivo para alimentos y que comercializa la empresa Ajinomoto, que podría traducirse desde el japonés como “raíz del sabor” o “fuente del sabor”. El glutamato monosódico está presente de forma natural en diversos alimentos como el konbu (alga cuyo nombre científico es *Saccharina japonica*), jitomate, queso parmesano, entre otros. Sin embargo, en 1907 el profesor Kikunae Ikeda, de la entonces Universidad Imperial de Tokio (ahora Universidad de Tokio), logró aislar, extraer y cristalizar el glutamato monosódico de un tazón de konbu. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, pp. 20, 211-214 [s.v. ajinomoto], [s.v. umami and flavor] e Ishige, 2011, p. 224.

<sup>63</sup> Segunda entrevista, 16 de agosto del 2020.

<sup>64</sup> Segunda entrevista, 16 de agosto del 2020.

<sup>65</sup> Décimo sexta entrevista, 19 de febrero del 2021.

<sup>66</sup> Décimo sexta entrevista, 19 de febrero del 2021.

el *futomaki*,<sup>67</sup> “un rollo muy grande y grueso”.<sup>68</sup> Sin embargo, la mención al *futomaki* sirve como pretexto para decir que, en realidad, “al abuelo le daba lo mismo el sushi, lo verdaderamente increíble para él era comer *sukiyaki*”<sup>69</sup> [...] yo creo que, además de ser delicioso, le gustaba mucho porque la carne de res en Japón, hasta cuando él se sale, era carísima. Entonces yo creo que para él era como un símbolo de haber llegado a un punto en la vida donde podía darse ese lujo, de comer algo así que en Japón no podía.”<sup>70</sup> Además de dar cuenta de los recuerdos que estos nikkei tienen de la relación que su abuelo mantenía con la comida de su país de origen, del extracto anterior destaco dos cuestiones que contrastan con lo que ilustraré en los apartados siguientes: por un lado, la presencia de platillos calientes como el *sukiyaki* durante los primeros años de los restaurantes japoneses en la Ciudad de México y, por otro, la poca popularidad inicial del *makizushi*<sup>71</sup> en los primeros años de la expansión de la comida japonesa por el mundo.

### *El inicio*

En 1946, Salvador Novo ya daba cuenta de la potencia gastronómica de la Ciudad de México. La describía como “un punto singular y privilegiado del planeta en que el chino, y el árabe, y el español, y el polaco, y el rumano, y el francés, y el yanqui, [comían] todos a su placer” (1967,

---

<sup>67</sup> *Futomaki*: rollo de sushi grueso (véase *makizushi*) cuyos ingredientes más comunes son anguila, huevo, pepino, shiitake (hongo muy popular en la comida japonesa, cuyo nombre científico es *Lentinus edodes*) y kanpyo (tiras de la calabaza de nombre científico *Lagenaria siceraria* generalmente preparadas con salsa de soya y azúcar). Definición elaborada a partir de Hattori, 2017, p. 57 y Hosking, 1996, pp. 66, 123, 150 [s.v. shiitake], [s.v. kanpyo], [s.v. yugao].

<sup>68</sup> Segunda entrevista, 16 de agosto del 2020.

<sup>69</sup> *Sukiyaki*: estofado de res y verduras. Para su preparación, rebanadas delgadas de carne de res se agregan a una olla poco profunda y se cocinan con azúcar, mirin (vino de arroz para cocinar) y salsa de soya, a lo que, posteriormente, se agregan vegetales como *negi* (*Allium fistulosum*) y *shungiku* (*Chrysanthemum coronarium*) y acompañamientos como tofu o *shirataki* (fideos que se elaboran a partir del tubérculo denominado konjac). Cuando todos estos elementos están cocinados, se remojan en huevo crudo para, posteriormente, comerlos. El *sukiyaki* es un platillo posterior a la época a la prohibición del consumo de carne en Japón y, según Hosking, podría estar vinculado a los intentos de incentivar el consumo de carne de res entre la población japonesa durante el periodo Meiji (1868-1912). Sobre el *sukiyaki*, Ishige menciona que a principios del siglo XX este platillo ya se comía a lo largo del Japón, pero únicamente en ocasiones especiales. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, pp. 76, 97, 130, 134 [s.v. *sukiyaki*], [s.v. *negi*], [s.v. *shungiku*], [s.v. *shirataki*] y Naomichi Ishige, *op. cit.*, p. 152.

<sup>70</sup> Segunda entrevista, 16 de agosto del 2020.

<sup>71</sup> *Makizushi*: a grandes rasgos, es un rollo de arroz envuelto en una hoja de alga deshidratada. Definición elaborada a partir de Masaru, 1962, p. 39.

p. 341). Un par de décadas después se agregaría a la lista de Novo la comida japonesa: en 1960 se fundaría el primer restaurante japonés en la Ciudad de México, Kaikan, y en 1970 el segundo restaurante, Suntory. Hay diez años de diferencia entre la apertura de Kaikan y Suntory; sin embargo, los considero como parte del bloque inicial de la historia sobre los restaurantes japoneses en la Ciudad de México por su influencia en los subsecuentes.

De acuerdo con Rawson y Shore (2019, p. 267) “sea en Bombay o en Oslo, los restaurantes que sirven comida de otros sitios usualmente se vinculan con la migración”, el restaurante Kaikan no es la excepción, puesto que forma parte de las instalaciones de la Asociación México Japonesa A.C. (en adelante AMJ). Si bien los migrantes japoneses de la Ciudad de México se establecieron en la zona sur de la ciudad, nunca se fundó, propiamente, un barrio japonés —a diferencia de lo que sucedió, por ejemplo, en el barrio *Liberdade* en São Paulo, Brasil, que alojó a los primeros restaurantes japoneses de ese país y continúa siendo referencia de establecimientos de comida japonesa.

La AMJ se fundó en 1956 en la colonia Las Águilas. El terreno en que se estableció pertenecía a Sanshiro Matsumoto,<sup>72</sup> hijo de Tatsugoro Matsumoto (quien trajo las jacarandas desde Brasil a México y sugirió que se plantaran en la Ciudad de México (Galindo, 2016)). En el año de la fundación de la AMJ, el grueso de los migrantes japoneses en el país ya se concentraba en la Ciudad de México, puesto que, durante la Segunda Guerra Mundial, el gobierno mexicano puso en marcha una estrategia para reubicar a la población migrante de los países que entonces conformaban la Alianza del Eje. La reubicación debía hacerse en sitios a más de cien kilómetros de la frontera entre México y Estados Unidos y a más de doscientos metros de la costa del Pacífico, lo que alteró profundamente la naturaleza de la comunidad japonesa en México, que pasó de ser

---

<sup>72</sup> Asociación México Japonesa, “¿Quiénes somos?”, disponible en <https://www.amj.mx/nuestra-historia>

una población dispersa en zonas agrícolas o pesqueras del norte y occidente a una población concentrada en el centro del país y mayoritariamente urbana (Masterson y Funada-Classsen, 2004, pp. 122-130). El cambio en la distribución de esta población se observa en el trabajo María Elena Ota Mishima (1982, p. 42), investigadora pionera de la migración japonesa en México: antes de la reubicación, en 1940, había 245 migrantes japoneses registrados en la Ciudad de México (equivalente a 15.8% de un total de 1,550 migrantes en todo el país) mientras que en 1950, después de la reubicación, se registraron 938 japoneses en la Ciudad de México (48% de los 1,951 migrantes japoneses en territorio nacional).

De acuerdo con su sitio web, “el restaurante japonés de la AMJ es el más antiguo y tradicional de la ciudad, en donde se puede probar el tradicional sabor de Japón. También desde ese entonces [en 1960], el restaurante ofrecía gran variedad de platillos auténticos como *zarusoba*,<sup>73</sup> sushi y kaiseki”.<sup>74</sup> Una funcionaria nikkei de segunda generación recuerda que Kaikan “fue el primer restaurante japonés que visitó en su vida, por lo que le parece un sitio de añoranza y simbolismo para la comunidad japonesa”,<sup>75</sup> mientras que una nikkei clasifica sus visitas a este restaurante como “una actividad que se hacía con su abuelo [japonés]” y “lo que ella vivía como más tradicional, en cuanto a la comida japonesa.”<sup>76</sup>

Los elementos que parecen vincular a este restaurante con la autenticidad y la tradición en los discursos del sitio web de la AMJ y de las nikkei son: ser el más antiguo y tener lazos con la comunidad japonesa. Un restaurantero japonés que llegó a la Ciudad de México en 1967, siete

---

<sup>73</sup> *Zarusoba*: Soba frío que se sirve en un plato tipo colador (*zaru*) y se remoja en salsas. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, pp. 130s [s.v. soba].

<sup>74</sup> “¿Quiénes somos?” en *Asociación México Japonesa*, disponible en <https://www.amj.mx/nuestra-historia>, consultado el 15 de julio de 2021.

<sup>75</sup> Décimo sexta entrevista, 19 de febrero del 2021.

<sup>76</sup> Catorceava entrevista, 2 de febrero del 2021.

años después de que comenzara a funcionar Kaikan, también menciona los adjetivos tradicional y auténtico al hablar del restaurante:

“El club japonés puso auténtica comida japonesa con un chef que trabajó para el Embajador. Y como no había comida japonesa [en otros lados] pues todo el mundo iba ahí. Al principio iban más japoneses, pero luego empezaron a ir mexicanos. Había cosas como tempura [...] las opciones eran limitadas, no era algo muy sofisticado, pero era auténtico y fue el inicio.”<sup>77</sup>

Los chefs de Kaikan han pertenecido, de una forma u otra, a la comunidad, sea porque viene directamente de Japón o porque son descendiente de japoneses, como recuerda un chef y restaurantero nikkei de segunda generación:

“Cuando estaba en la universidad mi papá era presidente de la AMJ. Hubo un problema en el restaurante y se quedó sin chef, entonces yo entré como suplente. Por medio año, o un poco más, trabajé en Kaikan mientras estudiaba. Era un restaurante básico, lo más fuerte que tenía eran los salones de banquetes. En ocasiones venía el señor Nagaoka, del restaurante Nagaoka, y que también fue chef de Kaikan.”<sup>78</sup>

Si, según Bourdieu, “los gustos [...] son la afirmación práctica de una diferencia inevitable” (2012, posición 1010), en el periodo de diez años en que Kaikan fue el único restaurante japonés de la Ciudad de México, resultaba obvio calificarlo como auténtico puesto que, al no haber otro con el cual compararlo, tampoco había tal diferencia inevitable. De acuerdo con los discursos de mis entrevistados, Kaikan aún es un restaurante auténtico por su vínculo con la AMJ y a pesar de los ajustes a su menú: “Aunque ahorita ya también hay sushi california, que viene con queso, en la carta hay más sushi tradicional.”<sup>79</sup>

---

<sup>77</sup> Doceava entrevista, 27 de enero del 2021.

<sup>78</sup> Treceava entrevista, 1 de febrero del 2021.

<sup>79</sup> Treceava entrevista, 1 de febrero del 2021.



Pasaron diez años para que, en 1970, se abriera otro restaurante japonés: “uno gigante y precioso en la colonia Del Valle”.<sup>80</sup> Se trata del restaurante Suntory. La historia de Suntory, como compañía en México, comienza diez años antes de que se fundara el restaurante, más o menos por la época en que comenzó a funcionar Kaikan. El sitio web de la compañía Suntory para México sostiene que:

“Suntory y México tienen una historia fascinante. En la década de 1960, el presidente de Suntory, hijo del fundador Shinjiro [Torii], se enfocó en México para la primera expansión internacional a gran escala de la compañía. El reconocimiento internacional del whisky japonés casi no existía en ese momento, así que empezó por abrir un restaurante en la Ciudad de México para promocionar sus whiskies junto con la cocina japonesa”.<sup>81</sup>

En los discursos de mis entrevistados, Suntory es referencia constante. Al igual que con Kaikan, las entrevistadas nikkei, lo relacionan con su familia, una de ellas recuerda que “es un restaurante que a mi abuelo y a mi papá les gustaba”, mientras que otra menciona que “era caro y mi papá no quería ir por eso. Tenía kaiseki, tal vez por eso el precio. Después comencé a ir cuando mi mamá cantaba en el coro de Yamaha, que estaba cerca de la sucursal de Suntory de la colonia Del Valle”.<sup>82</sup> Además de los lazos familiares, los discursos sobre Suntory enfatizan su vinculación con otros restaurantes. Los entrevistados mencionan que dueños y trabajadores de tres restaurantes que se fundarían después —Daruma, Fuji y Taro— colaboraron en Suntory. En ocasiones la vinculación profesional es poco ortodoxa, un restaurantero mexicano, que estableció su restaurante de comida japonesa en 1996, recuerda haber conseguido sus primeros trabajadores a las afueras

---

<sup>80</sup> Segunda entrevista, 16 de agosto del 2020.

<sup>81</sup> Suntory, “¿Quiénes somos?: historia”, disponible en [https://www.suntory.mx/es/who\\_we\\_are/history/index.html](https://www.suntory.mx/es/who_we_are/history/index.html)

<sup>82</sup> Décimo sexta entrevista, 19 de febrero del 2021.

del restaurante Suntory cuando “convenció a dos cocineros de ese restaurante de que trabajaran con él”.<sup>83</sup>

De acuerdo con los testimonios de restauranteros japoneses con más años en el negocio, al inicio Suntory era un restaurante tradicional tanto por su menú como por la posibilidad que tenía de importar productos desde Japón o, al menos, desde Estados Unidos. “En Suntory tenían todos los productos para hacer comida japonesa”,<sup>84</sup> recuerda el chef mexicano de un restaurante de dueña japonesa al sur de la ciudad. Sin embargo un restaurantero japonés sostiene que ser demasiado tradicional se convirtió en una limitante para Suntory y sus franquicias alrededor del mundo: “aunque los restaurantes funcionaron bien y comenzaron a ponerse cadenas en Australia, Estados Unidos, Francia, Inglaterra o Italia, únicamente sobreviven los restaurantes de México y de Hawái, posiblemente porque en los otros sitios “fueron demasiado conservadores con la comida que servían y no se adaptaron al estilo de cada país.”<sup>85</sup> En este caso, la autenticidad parecería ser un obstáculo para el negocio y, de acuerdo con este mismo restaurantero, Suntory comenzaría a copiar la fórmula de los restaurantes que abrieron después: atraer a clientes mexicanos por medio de la tropicalización de sus platillos. Haría falta un estudio de los menús de este restaurante a lo largo del tiempo para dar cuenta del cambio; sin embargo, a la fecha se le considera un restaurante menos apegado a “lo auténtico”. Por ejemplo, un restaurantero nikkei —cuyo restaurante se encuentra en el apartado que denomino “los restaurantes auténticos”— reflexiona:

“¿Al final quién inventa qué? Por ejemplo, Suntory es un restaurante japonés de una empresa japonesa, pero ellos se atribuyen el primer taco de ribeye que se sirvió en un restaurante de este tipo. Y pues realmente no es un platillo japonés, pero lo sirven en un restaurante japonés, y no

---

<sup>83</sup> Quinceava entrevista, 10 de febrero del 2021.

<sup>84</sup> Vigésima entrevista, 5 de agosto del 2021.

<sup>85</sup> Doceava entrevista, 27 de enero del 2021.

está mal. Es como si en un restaurante en Japón te sirven una buena tartaleta al finalizar tu cena y no está mal”.<sup>86</sup>

El restaurantero nikkei se refiere a un platillo denominado “Tacos Checa”. No están en el menú escrito del Suntory por lo que, si se desea comerlos, hay que pedirlos directamente al mesero. La nota “Suntory, emperador de la cocina japonesa en CDMX” los describe como parte del “antojo e iniciativa de uno de sus comensales, quien sugirió colocar dentro de una tortilla de harina los trozos de ribeye asados en la plancha de *teppanyaki*,<sup>87</sup> sazonados con la tradicional salsa oriental de ajonjolí y soya [...] que bien puede considerarse como el primer taco oriental de la gastronomía mexicana”.<sup>88</sup> En alguna otra entrevista, en la que el chef mexicano del restaurante de dueña japonesa mencionó a los “Tacos Checa”, se me ocurrió preguntar: ¿de dónde salieron las tortillas cuando se preparó ese platillo por primera vez? El chef respondió: “el cliente mandó a comprarlas.”<sup>89</sup> La disposición de los restauranteros y chefs para atender —o no— los requerimientos especiales o antojos de sus clientes es un tema central en los discursos sobre los restaurantes posteriores a Kaikan y Suntory.

En efecto, la reseña que el restaurante Suntory hace sobre sí mismo hace referencia tanto a la tradición como a la tropicalización al señalar: “La calidad y su refinada tradición culinaria, han situado a Suntory® entre los más destacados restaurantes de nuestro país, ya que a través de los años ha innovado su distinguido concepto cultural, ofreciéndonos un exquisito sincretismo

---

<sup>86</sup> Octava entrevista, 8 de octubre del 2020.

<sup>87</sup> *Teppanyaki*: comida asada en plancha de acero. De acuerdo con Wank y Farrer, se inventó en Japón después de la Segunda Guerra Mundial para el personal military estadounidense que no deseaba o podía comer platillos japoneses. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, p. 142 [s.v. *teppanyaki*] y Wank y Farrer en Farrer, 2015, p. 82.

<sup>88</sup> “Suntory, emperador de la cocina japonesa en CDMX” en *Dónde ir*, disponible en <https://www.dondeir.com/restaurante/suntory-emperador-de-la-cocina-japonesa-en-la-cdmx/12380/>, consultado el 30 de junio de 2021.

<sup>89</sup> Vigésima entrevista, 5 de agosto del 2021.

gastronómico para el paladar mexicano, pero conservando el arte y las delicias de la alta cocina del Japón”.<sup>90</sup> Tal discurso no resulta extraño si se considera que el objetivo original de la compañía, que se fundó en Osaka en el año de 1899, no se planteó desde ningún discurso de autenticidad japonesa, puesto que se trata de una empresa que comenzó con “la visión de vender vino y licor de estilo occidental en Japón”.<sup>91</sup>

### *Los restauranteros japoneses pioneros*<sup>92</sup>

A diferencia de los restaurantes anteriores, que formaban parte de proyectos de otra naturaleza —Kaikan como parte de la AMJ y Suntory como parte de una compañía de bebidas alcohólicas—, los restaurantes de este apartado —Daikoku (1974), Daruma (1975), Fuji (1979), Tokio, Mikado— tienen dos particularidades: comenzaron a dedicarse únicamente a la venta de comida y se propusieron activamente atraer a clientes mexicanos.

Un restaurantero japonés que colaboró tres años en Suntory y comenzó con su negocio en 1975, recuerda:

“En aquel entonces había muy pocos restaurantes japoneses y era muy difícil vender auténtica comida japonesa. Entonces se tuvo que ir escogiendo los sabores que gustaran al paladar mexicano. Puse el restaurante en Río Tamésis, en la colonia Cuauhtémoc, cerca del Registro Público de la Propiedad. Al inicio empezaron a entrar puros japoneses, pero mi intención era captar clientes mexicanos porque hay muy pocos japoneses en México.”<sup>93</sup>

---

<sup>90</sup> Restaurante Suntory, “Grupo Suntory en México” disponible en <https://www.suntory.com.mx/>

<sup>91</sup> Suntory, “¿Quiénes somos?: historia”, disponible en [https://www.suntory.mx/es/who\\_we\\_are/history/index.html](https://www.suntory.mx/es/who_we_are/history/index.html)

<sup>92</sup> Sobre los restaurantes de este apartado hay algunos elementos pendientes: más de un entrevistado mencionó que en el sitio en que se establecería Fuji había un restaurante llamado Satsuma o Satsuki, que pertenecía a una migrante japonesa, pero no lograron recordar más información. Igualmente, aunque los entrevistados los sitúan dentro de este bloque de restaurantes, quedan por indagar las fechas en que los restaurantes Tokio y Mikado comenzaron a funcionar. Así, también, entre los restaurantes de teppanyaki, se mencionó al restaurante Miyako, en el centro comercial Perisur, pero también queda pendiente el año de su apertura.

<sup>93</sup> Quinta entrevista, 3 de septiembre del 2020.

En el capítulo anterior, al mencionar que la cocina y la comida representan, significan y delimitan relaciones, recuperé el trabajo de Ohnuki-Tierney, que elabora sobre la manera en que lo japonés se define a sí mismo a partir de la metáfora del arroz (1993). Conseguir arroz de la variedad *japonica* era una osadía para los restaurantes de este periodo “no había muchas materias primas japonesas, el arroz lo traíamos de Chiapas, era un arroz primitivo y con muchas piedras pero, dentro de lo que cabe, era tipo japonés”.<sup>94</sup> Sin embargo, el pescado crudo era el elemento que —desde la perspectiva de los no japoneses— definía a la comida japonesa y causaba dificultades con algunos comensales: “pruebe primero y, si no le gusta, no paga, pero si le gusta paga el doble”,<sup>95</sup> recuerda un restaurantero japonés haberle dicho a más de un comensal mexicano como broma para convencerle de probar sashimi de corte fino, que se veía obligado a servir con ponzu para quitarle “el sabor a pescado”.

La renuencia a comer pescado crudo no es una particularidad del comensal mexicano. A continuación dos ejemplos, primero, el icónico *new style sashimi* de quien probablemente sea el chef japonés más famoso fuera de Japón, Nobuyuki Matsuhisa, y que narra el origen de ese platillo de la manera siguiente:

El *new style sashimi* “es una adaptación que surgió cuando traté de ajustar el sashimi al paladar estadounidense, sin comprometer por completo el concepto mismo del sashimi. Hace muchos años, cuando los estadounidenses no eran tan aventureros como ahora, una clienta de mi restaurante Matsuhisa, en Los Ángeles, me dijo que podía prepararle lo que quisiera. Sin embargo, cuando le serví sashimi se negó a comer el pescado crudo. Me llevé el plato —con un pescado fresquísimo, cuidadosamente rebanado y presentado— a la cocina y pensé qué podría hacer: ¿ponerlo en el horno?, ¿en la salamandra? No. Eso lo arruinaría. Entonces llamó mi atención un

---

<sup>94</sup> Doceava entrevista, 27 de enero del 2021. (Cabe agregar que la posibilidad de traer arroz de variedad *japonica* desde Chiapas tiene que ver con el establecimiento de Enomoto: la primera colonia japonesa en México. Tal colonia, de ímpetu agrícola, se estableció en Escuintla, zona del Soconusco, en el año de 1987, pero su planteamiento original no tuvo éxito. Algunos de los colonos volvieron a Japón, pero otros se mantuvieron en Chiapas. Véase: Nakamura, 2012 y Masterson y Sayaka Funada-Classen, 2004, pp. 27-33.

<sup>95</sup> Quinta entrevista, 3 de septiembre del 2020.

sartén que estaba en la estufa y tenía aceite de oliva muy caliente. Vertí un poco del aceite sobre el sashimi y lo reacomodé para servirlo. Lo llevé a la clienta. Comió una rebanada, luego otra. Dejó el plato limpio. El pescado no estaba realmente cocinado, tal vez sólo en un 10%, pero fue suficiente para que mi clienta lo aceptara y eso me causó satisfacción” (2001).

El segundo ejemplo proviene del trabajo de Wank y Farrer quienes sugieren que es posible que el rollo california —con cangrejo cocido, mayonesa y aguacate— se haya creado como opción para los clientes que se rehusaban a comer pescado crudo (en Farrer, 2015, p. 82). De hecho, el mismo Farrer sugiere que la reserva hacia los alimentos crudos fue uno de los grandes obstáculos que la expansión de la comida japonesa encontró en China, lo que favoreció la preferencia inicial por platillos como el sukiyaki (Nakano cit. por Wank y Farrer en Farrer, 2015).

En la Ciudad de México, los restaurantes japoneses de este periodo también experimentaron —y aprovecharon— la preferencia que sus comensales no japoneses tenían por los platillos cocidos. Un restaurantero y chef nikkei recuerda que, mientras trabajó en el restaurante Fuji, “había teppanyaki, *shabu-shabu*<sup>96</sup> y sukiyaki. En la parte de arriba también había *robatayaki*.<sup>97</sup> La mayoría de los clientes no eran japoneses.”<sup>98</sup> De hecho, a excepción del restaurante Tokio, todos los restaurantes que agrupo en este periodo tenían o tienen planchas para teppanyaki.

El restaurantero japonés que inició su negocio en 1975 sostiene que “al principio servía, sobre todo, comida frita y suyikaki, que es cocido. También algo de sushi, pero no tan sofisticado,

---

<sup>96</sup> *Shabu-shabu*: Platillo en el que carne de res en rebanadas delgadas, tofu y vegetales se cocinan en un caldo, para posteriormente comerlos con ponzu o salsa de ajonjolí. El caldo en que se cocinan los ingredientes se encuentra en un caldero mongol al centro de la mesa. El nombre del platillo proviene de la onomatopeya referente al ruido que hace la carne al introducirse al caldo. Definición elaborada a partir de Hattori 2017, p. 25 y Hosking, 1996, p. 120 [s.v. shabu shabu].

<sup>97</sup> *Robatayaki*: Método de cocción de alimentos en una parrilla con carbón. En los establecimientos con robatayaki, los clientes eligen los ingredientes que desean comer y se preparan frente a ellos. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, pp. 108s [s.v. robatayaki].

<sup>98</sup> Treceava entrevista, 1 de febrero del 2021.

sino tradicional como futomaki que es más grueso. También se servía nigiri, pero lo comían sólo los japoneses.”<sup>99</sup> En esta última cita se observan dos oposiciones: por un lado, la de lo crudo y lo cocido y, por otra, la de lo tradicional y lo no tradicional —aunque lo no tradicional no se mencione de forma explícita. El nigiri representa lo crudo, que en ese entonces —según las palabras del restaurantero— prácticamente sólo comían los japoneses, mientras que los platos como el sukiyaki —pero también el teppanyaki o el shabu-shabu— representan lo cocido, que era lo que consumían los comensales no japoneses. Al medio queda el sushi, pero no es cualquier sushi, es un futomaki que, de acuerdo con varios entrevistados, es un plato que se puede preparar en casa y se asocia con la familia, con lo tradicional. Entonces, si en esta oposición entre lo tradicional y lo no tradicional, del lado de lo tradicional está el futomaki, ¿qué está del lado de lo no tradicional?

Durante este periodo, lo no tradicional, lo tropicalizado, se materializó en diversas variantes de makizushi. Tales variantes fueron, por un lado, resultado de la iniciativa y adaptación de los restauranteros japoneses pioneros al gusto de los comensales no japoneses y, por otro, efecto de la influencia del *boom* de sushi que estaba sucediendo en Estados Unidos (Farrer *et al.* en Leong-Salobir, 2019, p. 47). En su libro sobre la historia del sushi, Rath (2021) afirma que el *boom* global de este plato comenzó en Estados Unidos, a finales de la década de 1960. Al inicio se consideraba demasiado *avant-garde*, en el mejor de los casos, —como sugieren las publicaciones de Craig Clairborne, crítico de restaurantes estadounidense, en 1963—, pero eventualmente se convirtió en un plato de tendencia que consumían las élites —como señala un artículo de *The New York Times* sobre la comida en el evento de apertura del *New York Harvard Club* en 1970 (Bestor, 2001, p. 83).

---

<sup>99</sup> Doceava entrevista, 27 de enero del 2021.

¿De qué élites se trataba? De acuerdo con la investigación del periodista Sasha Issenberg (cit. por Farrer *et al.* en Leong-Salobir, 2019, p. 45) fueron “los líderes de opinión, en particular las estrellas de Hollywood, quienes empezaron a preferir y patrocinar restaurantes japoneses, convirtiéndolos en sitios de moda”. Los artistas y los periodistas también participaron en el inicio del sushi *boom* en México. El restaurantero que cito unos párrafos arriba, quien inició con su restaurante en 1975 en la colonia Cuauhtémoc, menciona:

“Venían personas como Luis Miguel, que estaba chavito, chavito, apenas iniciaba. Cerrábamos a las diez y llegaba corriendo a las nueve para comer sushi. También Salma Hayek, que todavía estaba en Televisa y salía en las telenovelas. Cantantes como Yuri, todos los cantantes venían y también locutores de noticiario, [Jacobo] Zabludovsky y su hijo venían [...] Juan Manuel Serrat también venía cuando estaba aquí, porque cerca del restaurante había una disquera, entonces cada vez que estaba en México, llegaba a comer. Es un recuerdo muy bonito. Fue una época de oro”<sup>100</sup>

El mismo restaurantero recuerda que la popularización del sushi en México fue una mezcla de la iniciativa de ciertos restaurantes japoneses y de la interacción con grupos específicos de comensales. Sobre su experiencia comenta:

“Tengo un diploma de CANIRAC<sup>101</sup> por la difusión del sushi en México, porque nosotros fuimos parte del inicio del sushi *boom* aquí. También lo trajeron algunos comensales que viajaban, a Nueva York o a California. Esos comensales eran en su mayoría judíos, así que todos los días, menos los viernes en la noche, tenía el restaurante lleno de judíos y entonces comenzamos a desarrollar sushi tropicalizado para ellos”<sup>102</sup>

A partir de los discursos de los entrevistados, elaboro que la tropicalización es lo opuesto de lo tradicional, de lo auténtico y que, sin embargo, restauranteros, chefs y migrantes pueden ampliar o reducir la distancia entre tales opuestos. En el caso de los restauranteros de esta etapa,

---

<sup>100</sup> Doceava entrevista, 27 de enero del 2021.

<sup>101</sup> La CANIRAC es la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados de México.

<sup>102</sup> Doceava entrevista, 27 de enero del 2021.



los pioneros, la transgresión de lo que entendían como auténtico significó una oportunidad. En la relación con los comensales judíos, podría decirse que se trata, incluso, de una doble tropicalización: la adaptación al *kashrut* —los preceptos que marcan lo que los practicantes de la religión judía pueden o no ingerir— y la mexicanización, puesto que se trata de judíos mexicanos. Paulette Kershenovich (2015), investigadora de la diáspora judía, ha comentado sobre la introducción de alimentos como chile, aguacate, maíz y tamarindo en las dietas de la comunidad judía en México. Esta doble tropicalización es aún más visible en el extracto siguiente:

“Como sabe los judíos muy creyentes no comen mariscos ni pescados que no tengan escamas. Entonces era un lío porque decían ‘dame un sushi, pero sin tal, tal y tal’. Cada uno pedía diferentes cosas. Y nosotros siempre nos adaptábamos a lo que querían: por ejemplo, a veces querían aguacate o no querían alga, pero sin el alga no se puede enrollar bien porque funciona como pegamento con el arroz y entonces el rollo queda algo flojo, pero igual lo hacíamos”<sup>103</sup>

En su investigación sobre restaurantes chinos en Estados Unidos, 8 Lee también encuentra dos elementos que propiciaron la tropicalización para atender a los comensales judíos estadounidenses: por un lado, la facilidad con que los ingredientes y preparaciones de la comida china —o al menos de la comida china-estadounidense— podían adecuarse a los cánones alimentarios judíos y, por otro, su adaptación a la idea del gusto estadounidense: “el pollo, lo dulce y lo frito”, que convergen en la popularidad del pollo del General Tso (2002, p. 77). La adaptación al gusto estadounidense no se limitó a la población judía, por ejemplo, en su investigación sobre enlatados japoneses que se consumen en Estados Unidos, Shigeru Kojima, especialista en historia de la diáspora japonesa en América, señala que un nikkei de tercera generación le comentó que su familia come *fukujinzuke*<sup>104</sup> enlatado prácticamente todos los días. Kojima apunta que, a diferencia

---

<sup>103</sup> Doceava entrevista, 27 de enero del 2021.

<sup>104</sup> *Fukujinzuke*: Vegetales cortados en tiras y preservados en una mezcla de mirin y salsa de soya (a manera de salmuera). Es un acompañamiento popular para el gohan y el curry estilo japonés. Definición elaborada a partir de Hosking, 1996, p. 40 [s.v. *fukujinzuke*].

del que se consume en Japón, la versión en latada que se encuentra en Estados Unidos (y que consumen el nikkei y su familia) tiene bastante salsa de soya y un sabor dulzón, lo que, en su opinión, resultaría demasiado dulce para el paladar de las personas en Japón.<sup>105</sup> La preferencia por los sabores dulces fue, de acuerdo con lo que argumenta Fukuko Kishimoto en su historia de los restaurantes japoneses en Nueva York, una de las razones por las que la salsa teriyaki tuvo tal éxito en Estados Unidos (2006, p. 7).

Varios discursos pueden convivir en el mismo periodo y la memoria idílica del sushi *boom* en México se contrapone con lo que un chef nikkei, que durante sus años de estudio trabajó en uno de los establecimientos de los restauranteros pioneros, recuerda:

“Estaba a disgusto con que no era tradicional la comida japonesa. Había muchas cosas que no iban con la comida japonesa: el queso en el sushi, la salsa de soya con limón [...] Platiqué una vez con mi jefe y le pregunté por qué se hacía eso, sentía que era como si vendieran una parte de su alma, ¿no? Me dijo ‘sí, pero desgraciadamente aquí es así. Esto es un negocio y hay que vender y esto es lo que quiere la gente’. Y después de esa plática lo entendí, se me hizo lógico porque la cantidad de clientes japoneses era muy poca”<sup>106</sup>

También varios discursos pueden convivir también a lo largo de una misma vida. El chef nikkei de la viñeta anterior, que ahora también es restaurantero, habla de las adaptaciones que ha hecho en su negocio:

“Ya de plano tengo una salsa de soya con limón y picosa, como ponzu con chilitos toreados y todo [...] Con las cantidades que hago de salsa es obvio que sale mucho más la picante que la soya natural”

—¿Usted come con esa salsa?

---

<sup>105</sup> Shigeru Kojima, “The Immigrants Who Introduced Japanese Foods to the Americas (Part 1: North America)” en *Kikkoman*, disponible en [https://www.kikkoman.co.jp/kiifc/foodculture/pdf\\_22/e\\_004\\_011.pdf](https://www.kikkoman.co.jp/kiifc/foodculture/pdf_22/e_004_011.pdf)

<sup>106</sup> Treceava entrevista, 1 de febrero del 2021.

Sí, a veces es agradable. Me gusta la comida mexicana, me gusta lo picoso y hay cosas a la que le queda muy bien esa salsa, por ejemplo, a una carne asadita. A un sushi en realidad no creo que le vaya bien, pero así les gusta a los clientes”<sup>107</sup>

Como se observa en el extracto, no es cuestión de que la salsa tipo ponzu con chiles toreados sepa bien —o no— por sí misma, sino de que no va con cierta comida y que lo que es una transgresión al sabor de un platillo como el sushi puede ser buen elemento para una carne asada.

Lo tropicalizado —lo concreto— puede ser una afrenta a lo ideal —lo auténtico— pero también puede ser una oportunidad e, incluso, una necesidad. El siguiente extracto muestra la manera en que uno de los restauranteros pioneros justifica la tropicalización:

“¿Por qué sería delito comer con chiles toreados? Se tiene que ir adaptando el sabor a lo que pida el cliente y, a veces, algunas comidas evolucionan al gusto de un país. Tienen que evolucionar y dejar de ser auténticas. Es válido decir: ‘esto es comida japonesa, no la vayas a comer con chile’, pero entonces no hay expansión [...] Se tiene que evolucionar un poquito, siempre y cuando lo que es esencial de comida japonesa se mantenga, por ejemplo el cocimiento de arroz, que no esté duro ni aguado, esa técnica se debe respetar. Ese es el mínimo que se debe mantener. Porque ahorita en la comida japonesa en Japón también usan trufas, queso parmesano, caviar...”<sup>108</sup>

Del extracto anterior destaco la idea de la posibilidad —y la validez— de hacer a un lado la autenticidad, pero siempre respetando una esencia, un “mínimo que se debe mantener”. Algo similar se observa en otro párrafo del texto del chef Nobu Matsuhisa sobre el *new-style sashimi*:

---

<sup>107</sup> Treceava entrevista, 1 de febrero del 2021.

<sup>108</sup> Doceava entrevista, 27 de enero del 2021. Además de los ejemplos que menciona el restaurantero en la viñeta, vale la pena mencionar al vino. De acuerdo con Chuanfei Wang, investigadora en la Universidad de Sofía, “el vino, por ser considerado una bebida occidental, se consideraba adecuado para acompañar únicamente comida occidental y no comida japonesa [...] El vino no estaba asociado al sistema culinario y alimentario japonés (Ishige 2001: 170) [...] Lo anterior comenzó a cambiar en 1970, cuando empezaron a abrirse restaurantes especializados en maridar comida japonesa con vino. Esta tendencia de maridaje se ha acelerado en los últimos años” (en Leong-Salobir, 2019, pp. 309s).

“El *new-style sashimi* comenzó como una concesión y terminó siendo un triunfo. Pero algunas concesiones no pueden hacerse: para este platillo, aunque lleve el aceite caliente encima, el pescado debe ser muy fresco. Hay que ir al mercado, ver el pescado completo, que los ojos estén brillantes [...] Se debe comprar todo el pescado, completo, no en filetes cortados previamente” (2001).

Con la migración, las prácticas culinarias del lugar de origen suelen dejar de ser inconscientes y comienzan a formar parte de intentos de distinción y diferenciación culinaria, sobre todo cuando los migrantes se involucran en la elaboración y venta de comida. La negociación del gusto —entre el gusto del sitio de origen y el del sitio de llegada— depende de las condiciones de cada migrante. Como he intentado esbozar en esta sección, los restauranteros de este periodo—a los que denomino restauranteros pioneros— son los primeros restaurantes enfocados en la venta de comida japonesa a comensales mexicanos y quienes comenzaron con la negociación entre las ideas del gusto japonés y el gusto mexicano en esos sitios.

“Nosotros no lo comemos, pero lo vamos a servir...” Bajo esta lógica, los restauranteros japoneses pioneros en la Ciudad de México tuvieron que hacer varias concesiones con las que se puede, o no, estar de acuerdo —la soya con limón, los rollos sin alga, los chiles toreados—, pero le abrieron brecha a la comida japonesa. Así, uno de los restauranteros más recientes, nikkei cuyo negocio se asocia en las entrevistas con establecimientos más tradicionales, afirma:

“Es admirable el trabajo que ellos han hecho, porque los mexicanos nunca se hubieran enamorado de la comida japonesa si ellos no hubieran tenido esa creatividad tan grande, desde los chiles toreados en la soya o la soya con limón. La soya con limón es un tipo de ponzu ya mexicano [...] Yo no le veo el problema, se trata de gustos y ellos son como un puente. Además, la cocina de eso se trata, de romper reglas, ¿no?”<sup>109</sup>

---

<sup>109</sup> Octava entrevista, 8 de octubre del 2020.

## *El sushi de los mexicanos*

Los locales —o los no migrantes— también llegan a participar de las cocinas, o por lo menos de la comida, que llevan consigo las corrientes migratorias. En el caso de la comida japonesa en la Ciudad de México —y posteriormente en el resto de México y algunos países de América Latina— una de las figuras más relevantes es la de Alberto Romano Hadid (1953-2011) y su restaurante Sushi Itto,<sup>110</sup> al cual se menciona frecuentemente en los discursos de mis entrevistados.

Sea como comensal, sea como proveedor —aunque probablemente como ambos—, antes de fundar Sushi Itto, Romano Hadid fue un personaje cercano al sushi *boom* en la Ciudad de México. Por un lado, el relato de su participación como comensal —de acuerdo con lo que comenta uno de los restauranteros japoneses pioneros después de preguntarle si Sushi Itto debería formar parte —o no— de una historia de los restaurantes japoneses en la Ciudad de México—es el siguiente:

“El señor Romano era buen comerciante y amaba el sushi, era mi cliente también. Venía muy seguido a comer y se le ocurrió poner su propio negocio, que se llama Sushi Itto. Entonces ahí comenzaron a vender barato, casi a la mitad del precio de lo que yo vendía, él se concentró en estudiantes y en entrega a domicilio, con restaurantes chiquitos. Así empezó.”<sup>111</sup>

Por otro lado, la versión de su participación como proveedor —según lo que se publica en diversos artículos de prensa— es la siguiente: en 1987, Romano Hadid —que por su experiencia como funcionario en la Secretaría de Pesca<sup>112</sup> tenía vínculos con productores locales y

---

<sup>110</sup> Cabe aclarar que me concentro principalmente en Sushi Itto porque es lo que, en los discursos de comida japonesa en México, se imagina más frecuentemente como comida japonesa tropicalizada —mexicanizada— y en el caso de mis entrevistados no es la excepción. Posteriormente, surgieron otros restaurantes similares, entre los que, por su mención en las entrevistas, destaca Sushi Roll.

<sup>111</sup> Doceava entrevista, 27 de enero del 2021.

<sup>112</sup> En México la Secretaría de Pesca se creó en 1982 y estuvo en funcionamiento hasta la mitad de la década de 1990. Véase: Celaya y Almaraz, 2018.

cooperativas pesqueras— funda la Distribuidora Internacional de Pescados (Interpez) que “empezó a vender pescado fresco a los restaurantes japoneses que comenzaron a ponerse de moda en aquella época y que hasta el momento se surtían en su mayoría con caros productos importados” (*Expansión*, 2011).

En 1988, al año siguiente de la creación de Interpez, Romano Hadid inicia con el primer Sushi Itto,<sup>113</sup> que se ubicaba en la Avenida de Las Palmas y tenía capacidad para diecisiete comensales (Mejía, 2001). De acuerdo con los relatos del apartado anterior, los restauranteros japoneses pioneros aceptaron e impulsaron la tropicalización de lo que entendían como comida japonesa tradicional a cambio de atraer más clientes; sin embargo, desde la perspectiva de Romano Hadid, aún había mercado que captar:

“Yo trabajaba en la Secretaría de Pesca y a raíz de los viajes que tenía que hacer a Japón me convertí en un aficionado de la comida japonesa, pero al visitar los restaurantes en México me di cuenta que hacía falta un lugar con una ambientación más amable, más al gusto de nosotros, quizá más occidentalizada, donde no se tuviera que gastar toda la quincena en una sola ida” (Mejía, 2001).

El discurso de Romano Hadid se vincula con elementos que expongo en el primer capítulo, en particular, el uso de binarios —gusto de nosotros vs. gusto de los otros— y, a partir de esos binarios imaginados —que pueden emanar de cierto grado de experiencia, pero no por eso dejan de ser imaginados— produce lo que japoneses y nikkei consideran lo más tropical, o lo menos auténtico, en términos de comida japonesa en la Ciudad de México. Estas situaciones son habituales cuando personas no migrantes preparan y venden comida de otros sitios y se refleja en elementos como la decoración —que también menciona Romano Hadid.

---

<sup>113</sup> Grupo Dasi, “Historia. ¿Qué significa Sushi Itto?” en *Grupo Dasi*, disponible en <https://grupodasi.com.mx/Inversionistas/Historia>

Por citar otro caso, recurro una vez más al trabajo de 8 Lee quien afirma que “P.F. Chang’s es un restaurante estadounidense con un menú de comida china [...] Si no fuera por ciertos artículos de “estilo chino”, este restaurante parecería una churrasquería elegante” (2008, p. 19). Entre los elementos de estilo chino más visibles, porque se encuentra en la entrada de prácticamente todas las sucursales de P.F. Chang’s,<sup>114</sup> están las réplicas de los caballos que acompañan a los guerreros de terracota en el mausoleo de Qin Shi Huang, primer emperador de la China unificada; sin embargo esta decoración, que de acuerdo con el sitio web del restaurante son símbolo de fortaleza,<sup>115</sup> no despierta reacciones favorables entre las personas de origen chino. Así, según lo que afirma uno de los entrevistados de 8 Lee: “las personas chinas nunca pondrían eso en un restaurante ¡no es de buena suerte! Es algo que pertenece a una tumba”. Es decir, P.F. Chang’s está decorado con elementos mortuorios.” (8 Lee, 2008, p. 19).

En el caso de Sushi Itto, los discursos de mis entrevistados sugieren que las transgresiones están más vinculadas al sabor que a la decoración. El mismo Romano Hadid aceptó en una entrevista que no “consigue que los japoneses dejen de considerarlo un “hereje” de la cocina [...] como es Taco Bell para nosotros” (*Expansión*, 2011). A simple vista, parece que los discursos sobre la tropicalización que Sushi Itto hizo de la comida japonesa se concentran en el uso de ciertos ingredientes “como chiles toreados, aguacate, elote, ajonjolí o salsa chipotle” (*Expansión*, 2011).

En esta línea se encuentra el extracto siguiente:

“El misterio del éxito está en la tropicalización. “Comer pescado crudo no es fácil para un mexicano, pero si se lo damos con chiles toreados nunca dirá que no”, comenta Esteban, un joven veinteañero peinado a lo Astroboy, —encargado de la barra del Sushi Itto de la colonia chic defeña de La Condesa— mientras sus dedos acelerados terminan de armar un rollo” (*Expansión*, 2011).

---

<sup>114</sup> De acuerdo con el sitio web del restaurante tienen más de 300 sucursales en diversas partes del mundo (Goodman, 2021).

<sup>115</sup> “The horses stand guard as a symbol of strength” (Goodman, 2021).

El extracto es revelador por varias razones: primero, por la sugerencia de que el makizushi es una comida chic —dado que ese restaurante Sushi Itto se encontraba en la colonia Condesa que, según la nota, es un sitio chic—, segundo, por la necesidad de mencionar que el encargado de la barra de sushi tiene un peinado estilo Astroboy —lo que lo vincula a otro elemento muy popular de Japón en el resto del mundo: el manga— y, finalmente, la idea de que es obvio que a los mexicanos se les dificulta comer pescado crudo, pero que lo aceptarán sin dudar si se le agrega chiles toreados. Lo anterior es relevante en términos de lo que planteo a lo largo tesis: en los discursos sobre comida japonesa en la Ciudad de México hay la idea de la existencia de un gusto mexicano, tangible y arraigado, así como también hay la idea de la existencia de un gusto japonés (“a los mexicanos les gustan los sabores fuertes, mientras que a los japoneses los sabores suaves”<sup>116</sup>, “la comida japonesa es de sabores sencillos, no buscamos cambiar el sabor de los alimentos como los mexicanos lo hacen, por ejemplo, con el limón”).<sup>117</sup> Es entonces que para el caso de Sushi Itto —y restaurantes similares— lo que se opone a la idea del gusto japonés es el uso excesivo de ingredientes y salsas. Desde esta perspectiva puede interpretarse la siguiente viñeta, de un empresario nikkei de tercera generación que tiene una empresa de *catering*:

“He ido dos o tres veces a Sushi Itto pero no sería mi primera opción para comida japonesa... Ni ahí ni Sushi Roll me gustan por el arroz, a veces está muy seco [...] si el arroz lo prepararan bien tal vez me animaría a comer de vez en cuando rollos sencillos, por ejemplo, con pepino.”<sup>118</sup>

La viñeta anterior también es relevante por su mención del arroz. Cabe recordar el trabajo de Ohnuki-Tierney quien afirma que “los japoneses se han reconceptualizado constantemente, en sus encuentros con otros [...] mediante el uso de la metáfora del arroz como una representación

---

<sup>116</sup> Décimo octava entrevista, 2 de marzo del 2021.

<sup>117</sup> Onceava entrevista, 25 de enero del 2021.

<sup>118</sup> Vigésima segunda entrevista, 26 de octubre del 2021.



de sí mismos” (1993). En prácticamente todas las entrevistas, cuando pregunté a japoneses y nikkei qué hace a un restaurante japonés bueno la respuesta fue, sin titubear, el arroz. De hecho, el propio Ishige (2011, p. 202) afirma que la reputación de un restaurante japonés estaría arruinada si su arroz no sabe bien, sin importar lo buenos que sean el resto de sus platillos.

La comida que Sushi Itto sirve pareciera estar a medio camino entre comida japonesa tropicalizada —que ofrecieron antes los restauranteros pioneros— y comida mexicana inspirada en un platillo japonés en particular, el makizushi. Hay otros platillos, de otras cocinas, que han tenido procesos similares. Retomo el pollo del General Tso que: “es tan estadounidense como extranjero. Puede considerarse chino de la misma manera en que los burritos pueden considerarse mexicanos o el espagueti con albóndigas italiano. Se trata de platillos “nativo-extranjeros” (8 Lee, 2008, p. 257). Bajo esta perspectiva, lo que una restaurantera japonesa dice sobre Sushi Roll es enteramente comprensible: “A mi hijo le gusta Sushi Roll, aunque dice que para disfrutarlo hay que pensar que no es comida japonesa...”<sup>119</sup>

Lo que sí se puede afirmar es que Sushi Itto se volvió, por un lado, una referencia constante al pensar en comida japonesa en la Ciudad de México, y posteriormente el resto del país. De hecho, tanto por experiencia propia como por los discursos de mis entrevistados puedo afirmar que es la puerta de entrada de muchos mexicanos a la comida japonesa. Algo similar sucede en Estados Unidos, si bien no con una cadena de restaurantes como Sushi Itto sí con un platillo como el rollo california, como afirma Robert Ji-Song Ku, en su libro *Dubious gastronomy: the cultural politics of eating Asian in the USA*: “si los totopos, la salsa, el guacamole y los nachos pueden considerarse la “puerta de entrada” de muchos estadounidenses a la comida mexicana [...] el rollo california, el

---

<sup>119</sup> Cuarta entrevista, 26 de agosto del 2020.

tempura, el teriyaki y, por supuesto, el ramen instantáneo, son los platillos con los que muchos estadounidenses se inician en la comida japonesa” (2014, p. 22).

La presencia de Sushi Itto no significó una pausa en la actividad de restaurantera de japoneses y nikkei. Los restauranteros pioneros continuaban operando y, además, se abrieron nuevos restaurantes que, por lo que se observa en los discursos de los entrevistados, comenzaron a preocuparse por destropicalizar la oferta de comida japonesa en la Ciudad de México —aunque elementos, como el aguacate y los chiles toreados, tuvieran que mantenerse. Como cierre a este apartado, ofrezco un extracto de la entrevista con un restaurantero japonés, cuyo padre abrió un restaurante que categorizo en el apartado siguiente y que ahora él y sus hermanos operan:

“Sushi Itto comenzó cuando yo tenía 18 años. Ver algo así fue un shock: era el equivalente del Taco Bell para los mexicanos, pero sin duda atacaron un área que estaba desatendida: la del gusto del mexicano. Mi papá no lo probó nunca, pero sí tuvimos que adaptar ciertas cosas como, por ejemplo, meter aguacate y queso crema en lo rollos. También los chiles toreados, aunque eso a mi papá no le causaba tanto conflicto, entendía que era algo muy de aquí y que le gustaba a la gente”.<sup>120</sup>

### *Los primeros pasos hacia la destropicalización*

Anteriormente mencioné que una de las características de los restaurantes que agrupé en este apartado —Taro (1980), Nagaoka (1985), Deigo (1995), Tori Tori (1996), Shalala (1996)— es el interés por ofrecer una comida japonesa menos tropicalizada. A partir de lo que extraigo de los discursos de los entrevistados, una de las condiciones que propiciaron el interés por la destropicalización de la comida japonesa en la Ciudad de México es la apertura de restaurantes por parte de chefs propietarios japoneses, es decir, dueños de sus negocios. De una conversación

---

<sup>120</sup> Vigésima primera entrevista, 21 de septiembre del 2021.

con tres restauranteros japoneses (uno pionero y dos chefs propietarios) extraigo las viñetas siguientes:

Restaurantero pionero: “[Ser] El chef propietario es la mejor manera de tener un restaurante, yo siento. Es lo ideal...”

Chef propietaria: “Sí. Yo puse un pequeño restaurante en 1996, en ese entonces casi no había chefs propietarios. Nosotros [los chefs] tenemos libertad de expresarnos y presentar platillos vinculados con la cocina japonesa auténtica, por eso creo que cuando comienza a haber más chefs propietarios comienza también a haber más comida japonesa auténtica. Antes se tenía que adecuar la comida a clientes que buscaban comer en restaurantes japoneses pero que no tenían conocimiento de la comida, entonces había que poner limón e ingredientes así [...] el gusto de los mexicanos era muy importante”<sup>121</sup>

Restauranteros, chefs y migrantes en general pueden manipular la distancia entre la oposición auténtico vs. tropicalizado. Si para los restauranteros pioneros la tropicalización de lo que entendían como comida japonesa auténtica significó una oportunidad, para los chefs propietarios japoneses la destropicalización planteó nuevas posibilidades. Así, de acuerdo con el discurso de una chef propietaria japonesa de la viñeta anterior, que tiene más de 50 años en la Ciudad de México: “ya siendo chef propietario, aunque no ganemos mucho, el restaurante es un lugar para expresarnos y eso benefició a la cocina japonesa en México y en el mundo”.<sup>122</sup> La afirmación anterior permite ver algunos supuestos alrededor de la idea de ser chef, por un lado, “la profesionalización de la cocina tiene orígenes militares<sup>123</sup> y coloca al chef como el “jefe” de la cocina, un chef que cede demasiado poder a sus comensales se percibe como débil [...] En contraste con un cocinero casero, que se caracterizan por la necesidad o deseo de nutrir y complacer a sus comensales, el chef debe *guiar y liderar a sus clientes*” (Harris y Giuffre, 2015, p. 58). Por otro lado, “se supone que los chefs, como artistas, no deben estar motivados por el

---

<sup>121</sup> Quinta entrevista, 3 de septiembre del 2020.

<sup>122</sup> Quinta entrevista, 3 de septiembre del 2020.

<sup>123</sup> Sobre los orígenes militares de la profesión de chef, al menos en Estados Unidos, véase Ray, 2016.

dinero” (Harris y Giuffre, 2015, p. 75). Si bien los chefs japoneses propietarios, de acuerdo con las entrevistas, respetan y valoran la labor de difusión que los restauranteros pioneros hicieron de la comida japonesa, consideran que a ellos, por su visión de la cocina y sus posibilidades como chefs, pueden presentarla como consideran que es verdaderamente.

Hay también algo de ansiedad en la necesidad de destropicalizar. Es decir, en el momento en que los chefs japoneses propietarios toman relevancia, la cocina japonesa ya no es desconocida y se ha extendido tanto en la Ciudad de México como en otras partes del mundo, lo que recuerda a un extracto del trabajo de Imai: “la desterritorialización, puede ser una de las causas de la ansiedad por la autenticidad, ya que una de las características que crean la percepción de lo auténtico es la localización geográfica” (en Farrer, 2015, p. 59) . Además, conforme aumenta el acceso a ingredientes de origen japonés es posible también sofisticar las clasificaciones de lo que se considera tradicional o no. En otras palabras, de acuerdo con lo que afirma Ray sobre los restauranteros migrantes, “la busca de la autenticidad es una ansiedad que se produce por medio del acceso” (2016, p. 99) y aunque en el periodo en que comienza a haber chefs japoneses propietarios todavía era trabajoso conseguir ciertos ingredientes —“no te imaginas lo que había que hacer para conseguir un bote de soya”<sup>124</sup>— afirman que tenían más acceso a productos japoneses que el que tuvieron los restauranteros pioneros.

De cualquier forma, los deseos y el liderazgo de los chefs japoneses propietarios se encontraron con las restricciones que significa la idea del gusto mexicano que en diversas ocasiones se materializó en la salsa de soya con chiles toreados. Así, una chef japonesa propietaria recuerda que, cuando abrió su primer restaurante, los otros restaurantes japoneses estaban muy apegados al gusto mexicano y, por ello, “nuestra idea era poner un restaurante más apegado a lo

---

<sup>124</sup> Vigésima entrevista, 5 de agosto del 2021.

japonés, pero sin que fuera totalmente tradicional ni casero.” Recuerda también que, inicialmente, le fue imposible ofrecer chiles toreados: “no podía ofrecer algo que ni siquiera tenía en la cocina.”<sup>125</sup> En la misma línea, una restaurantera japonesa sobre la que comentaré en el párrafo siguiente, sostiene: “no creo que haya ningún restaurante japonés aquí que no sirva chiles toreados, nosotros no los ofrecemos, pero si los piden, los tenemos [...] también usamos aguacate, que incluso se usa ahora en la comida japonesa en Japón, pero nunca hemos usado queso crema. Hay gente que incluso nos ha traído su propio queso y nos hemos tenido que negar a ponerlo en la comida.”<sup>126</sup> Aceptar los chiles toreados pero no el queso crema recuerda a la afirmación de una restaurantera japonesa en la introducción de la tesis: “solo agrego ingredientes externos a mi cocina si considero que tienen buen sabor.”<sup>127</sup>

De acuerdo con lo que afirma Roland Barthes en *El imperio de los signos* el cocinero ideal japonés selecciona elementos de calidad y los modifica mínimamente, sólo lo necesario para resaltar su sabor, mientras que el comensal ideal, recompone el sabor de los alimentos a partir del orden en que los consume, sin modificarlos o sazonzarlos directamente en el plato. Sin embargo, tales premisas no tienen nada de natural ya que son construcciones mediadas por ideas del gusto que, a su vez, tienen raíces sociales e históricas. Retomo estos argumentos por los discursos que se aprecian en una entrevista doble con personas de uno de los restaurantes que clasifiqué en este apartado. En tal entrevista, de la que a continuación ofrezco una viñeta, estuvieron la dueña del restaurante —japonesa con más de 45 años en México y con 41 al frente de su restaurante— y su chef —mexicano con más de 40 años de experiencia en comida japonesa—:

Dueña del restaurante: “los restaurantes japoneses previos a nosotros se concentraron más en la comida y menos en el servicio o en enseñar a comer la comida japonesa”

---

<sup>125</sup> Tercera entrevista, 26 de agosto del 2020.

<sup>126</sup> Vigésima entrevista, 5 de agosto del 2021.

<sup>127</sup> Cuarta entrevista, 26 de agosto del 2020.

Chef: “Sí, la señora no sólo vende comida, comparte la cultura que conoce”<sup>128</sup>

Aunque no sea chef, la dueña de este restaurante tiene la categoría de jefe del restaurante no sólo porque sea su negocio —es decir, porque sea restaurantera— sino porque guía a sus comensales en cuanto a las formas correctas de comer lo que se sirve ahí. Probablemente por eso, una chef japonesa propietaria me comentó en entrevista: “a la dueña de ese restaurante la considero y respeto como *okami*.”<sup>129</sup> La traducción de *okami* puede entenderse tanto como propietaria como anfitriona principal y, aunque es una noción que está más relacionada con la industria de la hospitalidad que la de la restauración, se entiende como una mujer a cargo de dirigir y cuidar la experiencia de los huéspedes o clientes que visitan su local.<sup>130</sup>

Para finalizar este apartado mencionaré de forma independiente al restaurante Nagaoka que, además de haberse fundado por un chef japonés propietario, es muy relevante en el discurso de las personas entrevistadas, en particular de los nikkei que crecieron en la Ciudad de México. El chef propietario japonés, fundador de este restaurante, falleció en 2016; sin embargo, uno de sus familiares recuerda:

“Llegó a México en 1966, con un contrato de cinco años para ser chef de la Asociación México Japonesa. La idea era ahorrar para poner un negocio en Japón, pero terminó siendo aquí cuando abrió Nagaoka en 1985. Ahora al mexicano le gusta mucho la comida japonesa, pero antes no era así y, cuando abrió Nagaoka, no había tantos lugares de comida japonesa. Aunque claro que, si lo comparas con el periodo en que estuvo en la AMJ, ya había muchas más cosas.”<sup>131</sup>

---

<sup>128</sup> Vigésima entrevista, 5 de agosto del 2021.

<sup>129</sup> Tercera entrevista, 26 de agosto del 2020.

<sup>130</sup> Definición elaborada a partir de conversaciones con mis entrevistados, el diccionario en línea *Jisho*, disponible en <https://jisho.org/search/okami> [s.v. *okami*] y “Basic Knowledge. The Japanese cuisine”, *Guide to Traditional Restaurants and Dining in Japan*, disponible en [https://nihonryouri.jp/basic\\_en.html](https://nihonryouri.jp/basic_en.html)

<sup>131</sup> Vigésima primera entrevista, 21 de septiembre del 2021.

Un elemento común de buena parte de las entrevistas es que tanto japoneses como nikkei afirmaron no soler ir a restaurantes de comida japonesa porque consideran que pueden cocinar en casa lo que ahí se sirve ahí —a excepción de platillos como, por ejemplo, nigirizushi.<sup>132</sup> Por ello, resulta particularmente relevante el extracto de a continuación —de una entrevista con un nikkei, empresario del sector alimentario, que no tiene vinculación directa con Nagaoka—:

“Nagaoka es como una casa. Cuando vas a comer ahí te la pasas saludando gente, porque siempre te encuentras a alguien. Seguro muchos de la comunidad japonesa en la Ciudad de México te dirían lo mismo”.<sup>133</sup>

La tropicalización es lo opuesto de lo tradicional, de lo auténtico, es lo que está lejos de casa y; sin embargo, restauranteros, chefs y migrantes pueden tanto tropicalizar como destropicalizar la comida. Es decir, pueden acercar o alejar de casa. En esta línea se encuentra la siguiente afirmación de una funcionaria nikkei: “cuando voy al restaurante Nagaoka lo asocio con mi infancia porque es una comida casera y sencilla.”<sup>134</sup>

A pesar de su estrecho vínculo con la comunidad japonesa en la Ciudad de México, en Nagaoka también se toma en cuenta la idea del gusto mexicano. Un familiar del fundador comenta: “sí, tratamos de complacer con ponzu o chiles toreados, pero sin olvidar las bases [de la comida japonesa]: un gohan bien hecho, buenos ingredientes y presentación”<sup>135</sup>, lo que recuerda a las consideraciones de los restauranteros pioneros sobre la posibilidad de hacer a un lado la autenticidad, pero siempre respetando una esencia, un “mínimo que se debe mantener”.

En este punto es pertinente retomar la definición de Farrer (2015, p. 103) sobre el restaurante: los “restaurantes son zonas de contacto culinario en las que migrantes,

---

<sup>132</sup> Décimo séptima entrevista, 26 de febrero del 2021; décimo novena entrevista, 24 de abril del 2021.

<sup>133</sup> Vigésima segunda entrevista, 26 de octubre del 2021.

<sup>134</sup> Décimo sexta entrevista, 19 de febrero del 2021.

<sup>135</sup> Vigésima primera entrevista, 21 de septiembre del 2021.

geográficamente móviles, y comensales, socialmente móviles, adquieren formas particulares de capital culinario.” En los restaurantes de esta etapa, la destropicalización de la comida japonesa permitió que los comensales no japoneses adquirieran una forma de capital culinario que no se había dado en los restaurantes anteriores. El caso de Nagaoka es particularmente relevante porque, además de ofrecer comida destropicalizada —aunque tuviera que mantener el ponzu y la salsa de soya con chiles toreados— a comensales no japoneses en México, se colocó —de acuerdo con los discursos de mis entrevistados— como la principal opción que la comunidad japonesa en la Ciudad de México elegía para comer comida japonesa fuera de casa. Por ello, es sugerente la valoración que una funcionaria nikkei —después de afirmar que Nagaoka le recuerda a la comida de su infancia— hace: “Nagaoka es el comedor de la comunidad japonesa en México, pero a los japoneses que vienen de visita a México posiblemente los mandarían a Rokai”.<sup>136</sup> Rokai es uno de los restaurantes más mencionados de entre los que coloqué en el apartado siguiente.

#### *Los restaurantes «auténticos»*

Ya he mencionado en diversas ocasiones que, de acuerdo con Ray, “la busca de la autenticidad es una ansiedad que se produce por medio del acceso” (2016, p. 99) y, para el momento en que surgen los restaurantes japoneses que clasifico en este apartado, el acceso a comida japonesa en la Ciudad de México era ya considerablemente amplio. Los restaurantes que agrupo en este apartado son: Rokai (2013), Konohanatei (2015), Asai Kaiseki Cuisine (2016), Izakaya Kura (2016) y Kazu’s Kitchen (2017). Tienen la particularidad de que, cada uno en su situación específica, buscan destropicalizar, aún más, la oferta de comida japonesa en la Ciudad de México.

---

<sup>136</sup> Décimo sexta entrevista, 19 de febrero del 2021.



Comienzo con Rokai, que fue el primer establecimiento de un conglomerado de restaurantes japoneses que se encuentran en México y Estados Unidos. De entre los elementos que hacen que Rokai se diferencie de los restaurantes japoneses previos, es que son restaurantes de tamaño y carta reducida, como menciona un chef nikkei de tercera generación:

“Lo que hacen [los de Rokai] es restaurantes muy en el estilo japonés, o sea, pequeños y con este rollo de que sólo se vende una cosa. Lo que hacen primero es abrir una especie de *izakaya*...<sup>137</sup> luego se siguen con el ramen, luego con las brochetas que están a la vuelta y ya de ahí empiezan a agarrar mucha fuerza, abren el Tachinomi que es un bar de pie y bueno, abren un montón de restaurantes por todos lados...”<sup>138</sup>

Los fundadores de Rokai ofrecieron algo que antes no había en el panorama de la comida japonesa en la Ciudad de México y, de acuerdo con mi interpretación de las entrevistas, esto sucedió porque —por medio de las posibilidades que les otorgaba su capital cultural—<sup>139</sup> estaban en sintonía con las tendencias de los restaurantes de comida japonesa tanto en Japón como en otros países. Uno de sus fundadores, nikkei de tercera generación, lo comenta de la manera siguiente:

“Siempre el sueño que tuve era servir cosas muy sencillas, lo más apegado a los sabores que yo conocía de Japón. Sin convencer a nadie, que vinieran los que quisieran. No era por rebeldía, no se trataba de ser rebelde, más bien cuando iba a Los Ángeles, a Singapur, a Nueva York encuentras izakayas, restaurantes japoneses, llámales como quieras, pero bueno todos pensamos que el japonés come sushi todos los días y eso es mentira. Y quería transmitir lo que había en las grandes urbes, no sólo en Tokio, sino en las grandes urbes en general en donde te sentabas en una taberna japonesa y te tomabas una cerveza bien fría y unas tapas honestas, sencillitas y te pudieras divertir un rato, eso es lo que quería transmitir...”<sup>140</sup>

---

<sup>137</sup> La definición de izakaya se desarrolla un poco más adelante.

<sup>138</sup> Segunda entrevista, 16 de agosto del 2020.

<sup>139</sup> De entre los tres tipos de capital —económico, social y cultural— que se exponen en *La distinción*, el cultural conceptualiza que el conocimiento de ciertos elementos o productos culturales (sean literarios, musicales, gastronómicos, etc.) diferencian a grupos e individuos de otros grupos e individuos. La obtención del capital cultural puede suceder de manera escolar, pero también mediante la “frecuentación precoz y normal de objetos, gentes, lugares y espectáculos selectos” (Bourdieu, 2011, posición 5623). En el caso particular de la comida, Johnston y Baumann sostienen que la apreciación de ciertos alimentos requiere de un capital cultural elevado (2007, p. 188).

<sup>140</sup> Octava entrevista, 8 de octubre del 2020.

De acuerdo con Ishige, “la existencia de numerosos restaurantes especializados en platillos específicos ha sido una particularidad de la industria de la comida japonesa desde el periodo Edo” (2011, p. 216). Tal particularidad ya se puede observar actualmente en diversos restaurantes japoneses en el mundo —como en las ciudades que menciona uno de los fundadores de Rokai en la viñeta anterior— o en sitios como Beijing o Shangai donde hay restaurantes que se especializan en categorías de platillos específicos como “sashimi, yakimono (comida asada), agemono (comida frita), nabemono (comida que se cocina en una olla), nimono (comida hervida) y tsukemono (comida encurtida)” (Farrer *et al.* en Leong-Salobir, 2019, p. 51).

Otra categoría, que no necesariamente proviene del tipo de comida que se sirve, es el izakaya. Se trata de una “taberna japonesa”, como menciona uno de los fundadores de Rokai en la viñeta anterior y que Hosking define en su diccionario de comida japonesa<sup>141</sup> como “taberna simple en la que los clientes beben y comen en una atmósfera animada y a bajo costo”. De acuerdo con Farrer *et al.* la popularización del izakaya materializa una curiosidad creciente sobre la cultura japonesa del beber, que incluye tanto al sake como al whiskey, y manifiesta una transformación de la representación de los restaurantes japoneses fuera de Japón: de sitios sofisticados y de moda a lugares relajados y para socializar. Según lo que señalan los mismos autores, la popularización del izakaya coincide con tendencias culinarias globales como la expansión de bares de tapas españolas. De hecho, en Estados Unidos y Europa, varios izakaya se anunciaban como “restaurantes de tapas japonesas” (2019, p. 53). Las coincidencias entre la viñeta anterior, de uno de los fundadores de Rokai, con los elementos que enuncian Farrer *et al.* son bastante claros.

---

<sup>141</sup> Hosking, 1996, p. 59 [s.v. izakaya].

Al estar en línea con las tendencias de los restaurantes japoneses en las grandes urbes, la oferta de Rokai tiene, desde sus inicios, una legitimidad global. Sin embargo, el restaurante también pudo hacerse de una legitimidad local a partir de la zona en que se estableció, en la colonia Cuauhtémoc, donde surgieron algunos de los restaurantes que clasifíco en el apartado de pioneros:

“Aparte Rokai cayó en blandito porque están esos grandes puntos de referencia [Fuji, Mikado, Daikoku, Embajada de Japón]...”<sup>142</sup>

La legitimidad de los puntos que el entrevistado menciona en la viñeta anterior es fundamental porque permite que sus restaurantes se vinculen, de una forma u otra, a la historia de la comunidad japonesa más antigua en la Ciudad de México —sobre todo porque los fundadores de Rokai no pertenecen a ésta, ya que son originarios de Tijuana, Baja California.

La mención a la zona en que se establece Rokai, sirve para hablar un poco sobre el espacio físico y los restaurantes japoneses en la colonia Cuauhtémoc. Un artículo de *The New York Times* —publicado tanto en inglés como en español— identifica a la colonia Cuauhtémoc y algunas zonas aledañas como un *Little Tokyo*, lo que también han hecho algunas revistas de gastronomía y ocio de la Ciudad de México.<sup>143</sup> Anteriormente señalé, a diferencia de lo que sucede en Los Ángeles, Sao Paulo o Jakarta, en la ciudad no hay un pequeño Tokio. Entonces, ¿cómo podría entenderse que las publicaciones citadas identifiquen y mencionen a un lugar llamado así? A partir de la conjunción de, por un lado, la existencia previa de los “puntos de referencia” relevantes para la comunidad japonesa en la Ciudad de México en esa zona —la embajada de Japón y algunos establecimientos de los restauranteros pioneros— y, por otro, la presencia de varios restaurantes japoneses en unas cuantas cuadras, la cual inició cuando varios de los restaurantes del conglomerado al que pertenece Rokai se establecieron muy cerca uno del otro. Sin embargo,

---

<sup>142</sup> Octava entrevista, 8 de octubre del 2020.

<sup>143</sup> Véase: Katz, 2019; Oviedo, 2019; Julián, 2019.

restauranteros japoneses y nikkei de otras zonas de la ciudad no necesariamente identifican o están de acuerdo con la percepción de que esa zona sea un *Little Tokyo*, porque tienen la idea de que un pequeño Tokio sería el lugar en el que viviría la colonia japonesa. Se esté, o no, de acuerdo con que hay un pequeño Tokio en la colonia Cuauhtémoc es relevante traer a colación una cita de Ray que ya he mencionado: los restauranteros migrantes y los restaurantes de cocinas migrantes —es decir, de personas no migrantes pero que sirven comida de otros sitios— influyen a las ciudades en que habitan y pueden, incluso “dar forma, carácter y reputación a barrios, ciudades o regiones enteras” (Beriss y Sutton, 2007, p. 3).

A partir de lo que he relatado, es ostensible que esta etapa tiene una amplísima oferta de restaurantes japoneses en la Ciudad de México, lo que facilita que los restauranteros planteen su oferta a partir de diversas “diferencias inevitables”. Es una situación que contrasta con la que expuse para el caso de Kaikan, el primer restaurante de comida japonesa en la Ciudad de México que registré en mi investigación. Me explico: si de acuerdo con Bourdieu, “los gustos [...] son la afirmación práctica de una diferencia inevitable” (2012, posición 1010) en el periodo de diez años en que Kaikan fue el único restaurante japonés en la Ciudad de México, resultaba obvio calificarlo como auténtico puesto que no había ningún otro con el que compararlo.

Ya planteé los elementos diferenciadores —las diferencias inevitables— de Rokai, pero ¿qué hay del resto de restaurantes que agrupo en este apartado? Son bastante diversos: en el caso de Izakaya Kura, como su nombre lo sugiere, se trata también de un sitio de atmósfera relajada para beber y comer; sin embargo, continúa teniendo una carta amplia —como los restaurantes de los apartados anteriores— que incluye tanto botanas como platillos con arroz o con fideos, por mencionar algunos. Detrás de la intención de este restaurante, según las palabras de su fundador, chef japonés, está ofrecer “comida japonesa real”. El restaurante Kazu’s Kitchen, cuya chef

propietaria está vinculada a los restaurantes del apartado anterior —por medio de Tori Tori— también se plantea ofrecer comida japonesa en una atmósfera casual, sin pretensiones de “alta cocina”.<sup>144</sup> Sin embargo, para algunos entrevistados la ubicación de los restaurantes se vinculan con cierta “sofisticación” o “inaccesibilidad”. Por ello, resulta relevante la experiencia de la dueña y cocinera japonesa de un pequeño restaurante al sur de la ciudad:

“Cuando empecé con mi restaurante, los otros restaurantes japoneses que había en la Ciudad de México eran muy caros. Yo quería que hubiera un restaurante más económico, sabía que muchas amigas se habían casado con mexicanos y no podían pagar los restaurantes que había en ese momento”<sup>145</sup>

Las diferencias entre la oferta de restaurantes japoneses en este apartado son tales que hay un sitio que se va al extremo contrario del restaurante de la viñeta anterior y ofrece exclusivamente comida kaiseki, que se entiende como alta cocina japonesa tradicional. El chef dueño de este establecimiento, está consciente de que tanto el *timing* como el trabajo de los restauranteros de comida japonesa anteriores es fundamental para que su restaurante ahora tenga un sitio en el mercado:

“Si yo hacía mi comida en la época en que [empezaron los primeros restaurantes japoneses aquí] mi restaurante no hubiera funcionado [...] En esta época la gente busca la autenticidad y yo por eso puede sobrevivir ahora”<sup>146</sup>

Pese a la variedad de “diferencias específicas” y las diversas fuentes de las que puede venir el deseo —y práctica— de autenticidad o tropicalización, las discusiones sobre el gusto son similares a los de los apartados anteriores. En otras palabras, la idea del gusto mexicano sigue ahí.

---

<sup>144</sup> Tercera entrevista, 26 de agosto del 2020.

<sup>145</sup> Cuarta entrevista, 26 de agosto del 2020.

<sup>146</sup> Quinta entrevista, 3 de septiembre del 2020.

Como en viñetas anteriores, el ejemplo típico de la presencia del gusto mexicano en la comida japonesa en la Ciudad de México —y posiblemente en el resto del país— es la salsa de soya con chiles toreados. Uno de los restauranteros cuyo negocio está en este apartado sostiene:

“No sé si estoy criticando a la gente de México, pero el mexicano está muy acostumbrado a comer como se le antoja en casa y, si no puede hacer eso en un restaurante, entonces el restaurante no sirve. Por ejemplo, si no hay chiles toreados es de ‘oye, en el Suntory hay chiles toreados y aquí no hay chiles toreados’. Y pues no se los servimos. Yo pienso: ‘oye, pues perdóname pero aquí no hay y no es que no te los quiera servir es que no tenemos, simplemente no tenemos producción para eso’. Y entonces era de ‘es que nos gusta tanto el restaurante y cómo no va a haber chiles toreados’ y así se traían sus propios chiles a veces. Entonces digo, hay que ser un poco más abiertos...”<sup>147</sup>

La destropicalización por medio de la negación de los chiles toreados —que ya llevaban a cabo los restauranteros que clasifiqué en el apartado anterior— recuerda a la historia, que está en la introducción de la tesis. En esa historia el comensal considera que la ausencia de salsa de soya con chiles toreados en un restaurante fusión México-japonés es una falta, una transgresión. En el caso de la viñeta anterior el restaurantero, que remarca la situación del restaurante como un sitio no privado o distinto al hogar,<sup>148</sup> entiende como transgresión que los comensales insistan en que se les sirva chiles toreados, cuando ni siquiera se cuentan con ellos en el negocio, y, más aún, que se presione diciendo que otros restaurantes de comida japonesa sí los sirven. En la misma línea, sobre

---

<sup>147</sup> Octava entrevista, 8 de octubre del 2020.

<sup>148</sup> No de la manera en que lo amerita, pero a lo largo de la tesis he hecho algunos guiños al tema del restaurante como espacio: antes cité a James Farrer con su visión del restaurante como un sitio semipúblico y mencioné que Ray relaciona a la alimentación del hogar con la esfera privada, con la esencia y “lo que uno es”, en oposición al restaurante. Conjuntando ambas perspectivas, el restaurante sería entonces ese espacio liminal entre lo público y lo privado, donde uno tiene ciertas concesiones como cliente pero también ciertos límites. Por supuesto que esto depende del tipo de restaurante y la situación específica del mismo. Sobre esta cuestión sí hay varios ejemplos en la tesis: por un lado, al buscar atraer clientes mexicanos, los restauranteros pioneros permiten, e incluso incentivan, que los clientes coman como se les antoja y, por otro lado, el restaurante de comida kaiseki que presento en este apartado prácticamente no da opciones de elección a los clientes —más allá de elijan soya o ponzu para el sashimi— quienes más bien se tienen que ajustar al menú que el chef haya diseñado.

la búsqueda (y defensa) de la autenticidad en los restaurantes que clasifíco en este apartado un chef nikkei de tercera generación, que no tiene relación con los restaurantes de este apartado, sostiene:

“Ese restaurante ha tratado, hasta donde ha podido, mantenerse lo más japonés que se pueda, cuesta mucho trabajo porque la gente te pide cosas que piensa que son japonesas y no son. Ellos han pasado toda su vida negando platos, por ejemplo, “oye, ¿me puedes traer arroz al vapor y salsa de soya con limón?” y la respuesta es “no”... Entonces ellos lo que han hecho es educar de alguna manera a la gente. Porque antes los restaurantes otros, de los que hemos estado hablando, si el cliente pedía yakimeshi, pero en sushi... o sea una bomba de carbohidratos, le decían que sí...”<sup>149</sup>

De acuerdo con un joven chef y restaurantero mexicano, con un pequeño establecimiento de comida japonesa en la colonia Roma:

“[Esos restaurantes] tratan de enseñarle a la gente, pero sólo te dicen que no. No explican por qué y eso es importante. A nosotros no nos gusta decir que no, te vamos a explicar cuál es la mejor manera de saborear lo que servimos, pero si, después de eso, igual quieres sumergir tu nigiri en un litro de ponzu, lo puedes hacer”<sup>150</sup>

(Sí, sumergir el nigiri en soya es una de las acciones que enfurecen al chef Jiro, el de la introducción). La viñeta anterior me parece particularmente notable porque plantea el gusto desde una idea alejada de las oposiciones o binarios entre el gusto japonés y el gusto mexicano, y lo traslada más bien a la noción de un gusto personal: es decir, uno sumerge o no su nigiri en ponzu porque así desea comerlo, no porque sea mexicano ni porque no sepa comerlo. (Claro que se podría argumentar que ese gusto individual está vinculado, a la Bourdieu, con el capital cultural. Este chef, a partir de mi interpretación sobre su viñeta, tiene el capital cultural necesario tanto para guiar a otros sobre cómo comer comida japonesa como el capital social para permitirles hacerlo como prefieran).

---

<sup>149</sup> Segunda entrevista, 16 de agosto del 2020.

<sup>150</sup> Décima entrevista, 19 de enero del 2021.

Otro tema sobresaliente en los discursos de los restaurantes de este apartado es que se percibe un cambio en algunos comensales mexicanos, que comienzan a preferir versiones menos tropicalizadas de comida japonesa. Un restaurantero pionero identifica y describe el cambio en los comensales y, a su vez, lo vincula con la posibilidad de transformación de los restaurantes japoneses:

“Yo creo que al inicio de los restaurantes japoneses, otras personas y yo teníamos que tener el mismo estilo, pero como ahora [los comensales] viajan, realmente conocen la comida japonesa auténtica. Antes no la conocían y, además como no la habían comido, no les gustaba pero ahorita ya, día tras día, ya se están adaptando a lo que sí es comida japonesa [...] antes era imposible tener ese tipo de restaurante [auténtico] porque nadie conocía [esa comida], ni [la] degustaba, pero ahorita [el comensal] ya busca algo muy típico japonés [...] Finalmente, está llegando esta etapa, pero antes era imposible. Yo creo que tiene que ver con el vuelo de ANA<sup>151</sup> que empezó a volar diario. Eso creo que ayudó porque es directo y de menos horas, entonces hay facilidad de viajar más [a Japón].”<sup>152</sup>

En 2017, primero *All Nippon Airways* (ANA) y, posteriormente, Aeroméxico, establecieron una ruta diaria y directa entre Ciudad de México y Tokio.<sup>153</sup> Es decir, había veintiocho vuelos semanales —si se contabilizan ida y vuelta— entre estas dos ciudades. Ahora bien, como se observa en la gráfica siguiente, desde 2011 y hasta antes de la inauguración de los vuelos el registro de turistas mexicanos en Japón ya iba en aumento: en 2011 llegaron 8,992 y sólo cinco años después 36,348. Es decir, entre 2011 y 2016, los mexicanos que llegaron como turistas

---

<sup>151</sup> De acuerdo con una publicación de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) “la existencia de un vuelo diario y sin escalas a México por parte de Aeroméxico y por All Nippon Airways, constituyen 14 lazos semanales de México hacia Japón y la zona de Asia Pacífico, que han contribuido notablemente al aumento continuo del turismo bilateral”. SRE, “Relaciones exteriores. Embajada de México en Japón. Turismo”, disponible en: <https://embamex.sre.gob.mx/japon/index.php/es/embajada/economica-esp/126-relacion-economica/turismo/356-turismo-esp>

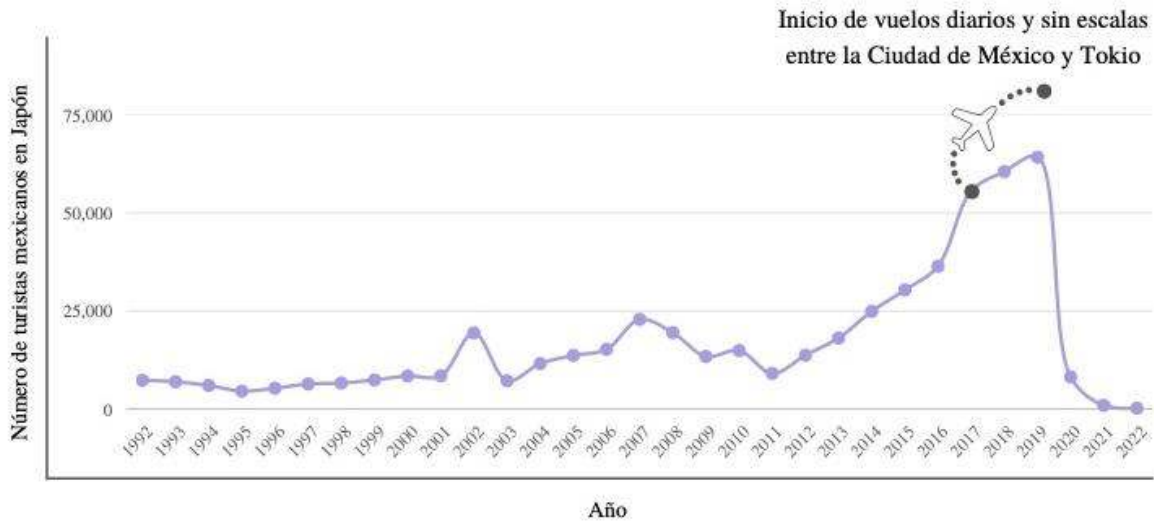
<sup>152</sup> Quinta entrevista, 3 de septiembre del 2020.

<sup>153</sup> A causa de la pandemia por COVID-19 el vuelo de Aeroméxico fue suspendido y el de ANA disminuyó su frecuencia, pero para mayo de 2022 las aerolíneas anunciaron que consideraban reanudar las rutas. Para referencias sobre los primeros diarios (Top Management, 2016 y Food and Travel México, 2017).



a Japón aumentaron 307%. Ya con los vuelos y hasta antes de la pandemia, las llegadas de mexicanos a Japón pasaron de 55,561 en 2017 a 64,225 en 2019, lo que representó 15.64% de crecimiento.

*Gráfica 1. Número de llegadas de turistas mexicanos a Japón por año*



Fuente: elaborado con datos de la Organización Nacional de Turismo de Japón (Japan National Tourism Organization, JNTO).

No pretendo establecer una relación entre un mayor número de vuelos entre la Ciudad de México y Tokio y el cambio en el gusto del comensal mexicano, pero buena parte de mis entrevistados sí lo hacen y eso es relevante. Aquí la noción de capital cultural es, una vez más, de utilidad. De acuerdo con Bourdieu, la obtención del capital cultural puede llevarse a cabo mediante la escuela, pero también por medio de la “frecuentación precoz y normal de objetos, gente, lugares y espectáculos selectos” (2012, posición 5623). No es posible saber qué tan habituales ni qué tan precoces han sido las visitas de los turistas mexicanos a Japón, pero sí se puede afirmar que hay mayor contacto directo con ese país. En palabras de un chef japonés, cuyo restaurante clasifiqué en este apartado, la relación entre viajes a Japón y cambio en el gusto del comensal mexicano sucede de la siguiente manera:

“Yo creo que ha ayudado mucho que mexicanos han viajado a Japón. Creo que eso ayuda a mejorar los restaurantes. Porque cuando alguien viaja allá y come cocina japonesa real busca esa comida aquí”<sup>154</sup>

En su historia sobre los restaurantes japoneses en Nueva York, Kishimoto parte de la intuición —así como hicieron los restauranteros pioneros— que uno de los factores para facilitar el éxito de un establecimiento de comida japonesa en tal ciudad era la adaptación al “gusto newyorkino”. Por ello, preguntó a uno de sus entrevistados, el señor Kuraoka, “¿qué tipo de comida prefieren los comensales estadounidenses y cómo ha cambiado su gusto?”. Kishimoto narra que, ante su pregunta, el señor Kuraoka se ríe y respondió: “Esa pregunta es muy antigua, de hace como veinte años. Ahora casi no hay diferencia entre los comensales japoneses y newyorkinos. Mientras la comida sea de alta calidad y genuina, las personas la amarán y sabrán apreciarla” (2006, p. 11). Con el extracto anterior no pretendo argumentar en favor de cierto tipo de evolucionismo del gusto. Es decir, no afirmo que, eventualmente, los comensales mexicanos tendrán gustos similares a los japoneses sino que, tal vez, la valoración de la comida japonesa en la Ciudad de México se dejará de plantear a partir de la simple oposición entre los discursos de lo auténtico y lo tropical y se empezará a hacer a partir de los procesos sociales detrás de cada platillo, así como de las historias y circunstancias específicas de las personas que están detrás de ellos. Esta tesis es un pequeño intento de eso.

\*\*\*

En los últimos años, aproximadamente cinco, han comenzado a surgir otros restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México que podrían dar lugar a un nuevo apartado en esta historia. Se trata de establecimientos de personas de origen japonés que ponen lugares donde se

---

<sup>154</sup> Primera entrevista, 15 de agosto del 2020.

sirve un solo platillo —por ejemplo, ramen, *omusubi*<sup>155</sup> u *okonimiyaki*<sup>156</sup>— pero que a diferencia de los restaurantes del apartado anterior, son de mucho menor costo o se encuentran en zonas de la ciudad que no tenían tradicionalmente restaurantes de comida japonesa de migrantes japoneses, como las colonias Santa María la Ribera o Claveria. También han surgido un par de restaurantes de nikkei que apelan directamente a la fusión México-japonesa desde la añoranza de sus experiencias familiares. Considero necesario que pase un poco más de tiempo para tener más perspectiva sobre el lugar que estos restaurantes tomarán en la oferta de comida japonesa en la Ciudad de México y en la historia que presento.

---

<sup>155</sup> *Omusubi*: Bolas o triángulos de gohan frío que se comen como bocadillos. Se rellenan o mezclan con ingredientes como ajonjolí, salmón, hojuelas de bonito, verduras encurtidas, etc y, generalmente, se envuelven en una hoja de alga deshidratada (*nori*). También se conocen como *nigirimeshi* u *onigiri*. Definición elaborada a partir de la traducción propia de Hosking, 1996, p. 92 [s.v. musubi 2].

<sup>156</sup> *Okonimiyaki*: Tortita o panqueque salado que se prepara a la plancha con los ingredientes que el cliente decida. Entre los ingredientes más comunes se encuentran pulpo, cerdo o camarón, pero en la prefectura de Hiroshima es común encontrar a los fideos de ramen como ingrediente. Una vez cocinado se sirve con salsa usuta (salsa inglesa estilo japonés), hojuelas de bonito y nori. Definición elaborada a partir de la traducción propia de Hosking, 1996, p. 104 [s.v. o-konimiyaki] y Hattori, 2017, p. 26.

## Apuntes finales

Como muchas otras, mi investigación comenzó con una intuición: hay una cantidad considerable de restaurantes japoneses en la Ciudad de México, pero no todos son iguales. Tal intuición, a su vez, se desdoblaba en una interrogante y en un sentimiento de incomodidad. La interrogante era ¿por qué había la percepción de que algunos de los restaurantes de comida japonesa más antiguos de la Ciudad de México eran los menos auténticos?, mientras que la incomodidad provenía de la facilidad con la que se suele considerar a la autenticidad como categoría que denota cierta superioridad. A partir de tal intuición, tal interrogante y tal incomodidad, consideré necesario escuchar lo que tenían que decir las personas dentro de los restaurantes. Por ello, planteé como objetivo de la investigación estructurar y narrar una historia de los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México —desde 1956 a la fecha— a partir de la voz, del discurso, de chefs, cocineros y restauranteros japoneses o nikkei detrás de estos establecimientos.

De entre los distintos discursos que surgieron durante las entrevistas —situación de la comunidad japonesa en México, insumos para la preparación de alimentos y crecimiento de las importadoras de productos japoneses en México, relaciones laborales dentro de los restaurantes, entre otros— elegí al gusto como categoría inicial de análisis. El gusto es una noción complicada ya que, si bien, se vincula con nuestro sistema sensorial y con lo que nos puede parecer agradable o desagradable, también se relaciona con aspectos del entorno, origen y estatus de los grupos e individuos y con las circunstancias particulares en que la comida se prepara, sirve y come. En el esfuerzo por darle orden a mis interpretaciones de los discursos sobre el gusto que tenían mis entrevistados, comencé a notar que era posible acotar la investigación hacia, por un lado, lo auténtico y, por otro, lo tropicalizado, dos opuestos o binarios —que también identificaron mis entrevistados.

A lo largo de la tesis interpreto los discursos sobre el gusto —y sus binarios auténtico vs. tropicalizado— a partir de cuestiones diversas como el pescado, la sazón o la manera no lineal de comer una comida compuesta a partir del principio de *ichijū sansai* (una sopa y tres platillos, además del arroz). Sin embargo, en los discursos de mis entrevistados dos alimentos fueron particularmente significativos: por un lado, el gohan, que se usó como ejemplo de lo que representa a lo más auténtico de la comida japonesa y, por otro, la salsa de soya con chiles toreados, que se elaboró como el ejemplo por excelencia de la adaptación o tropicalización de la comida japonesa al gusto mexicano. Es partir de estos elementos que ahora ofrezco una versión muy resumida de la historia de los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México que elaboré a lo largo de la tesis.

Primero el gohan. Tanto los japoneses como los nikkei que entrevisté sostienen que un gohan bien hecho es el elemento básico de un buen restaurante de comida japonesa. Tal cuestión puede vincularse con los trabajos de Ohnuki-Tierney, quien afirma que “los japoneses se han reconceptualizado constantemente en sus encuentros con otros —sean chinos, coreanos u occidentales— mediante el uso de la metáfora del arroz como una representación de sí mismos” (1993, posición 135). En el caso de los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México, la importancia simbólica del arroz se materializa de distintas formas, dependiendo de la etapa. Así, los restauranteros pioneros pasaban por el engorro de traer y limpiar el arroz tipo japonés de la colonia Enomoto en Chiapas, mientras que algunos restaurantes japoneses más recientes usan uno de los arroces de mejor calidad que se puede encontrar en México, el *tamanishiki*.<sup>157</sup> En cualquier

---

<sup>157</sup> *Tamanishiki*: arroz premium de grano corto que se cultiva en California y proviene de la mezcla de dos variedades, *koshihikari* —popular y de calidad muy reconocida en Japón— y *yumegokochi*. Definición elaborada a partir de: JFC International Inc., “Tamanishiki. Arroz de grano corto”, disponible en: <https://riceexpert.jfc.com/#/es/product/1/Short%20Grain%20Rice-Tamanishiki>; Nippon, “Cómo comer mejor aún el arroz japonés”, disponible en: <https://www.nippon.com/es/views/b00404/>; Nippon, “El declive del imperio de la variedad de arroz koshihikari”, disponible en: <https://www.nippon.com/es/japan-data/h01049/>; Nippon, “La variedad

caso, incluso si se trataba del arroz Morelos, —que recordó comer frecuentemente uno de mis entrevistados nikkei en casa de sus abuelos— tenía que cocinarse de manera “correcta”. Es decir como es costumbre hacerlo para la comida japonesa,<sup>158</sup> para que tenga el sabor y la consistencia adecuada.

Los discursos sobre la cocción adecuada del arroz dan cuenta de las particularidades que el entorno físico de la Ciudad de México impone a los restaurantes de comida japonesa. Varios de mis entrevistados afirmaron tener que usar “olla exprés” (olla a presión) para cocinar un buen arroz ya que “la Ciudad de México es un lugar difícil para poner un restaurante de comida japonesa porque, por la altura, el agua no alcanza a hervir a 100 grados, que es lo que se requiere para cocinar un buen gohan.”<sup>159</sup> (La lógica es la siguiente: a mayor altura con respecto al nivel del mar hay menor presión y el agua hierve a menor temperatura, así, “en la Ciudad de México, [que está] a los 2,200 metros sobre el nivel del mar, el agua entra en ebullición a los 93°C”) (Castañeda, 2016, p. 38).

Ahora la salsa de soya con chiles toreados. Si los discursos sobre el gohan plasman las ideas de la autenticidad, la soya con chiles toreados sirve como pretexto para hablar de la tropicalización. En el primer restaurante de comida japonesa que logré registrar en mi investigación —Kaikan en la Asociación México Japonesa— los chiles toreados no tienen cabida. No es que se les rechace, sino que ni siquiera se mencionan. En un “sitio de añoranza” para la comunidad japonesa en México, como señala una de mis entrevistadas, la discusión sobre lo auténtico y lo tropical parece no llevarse a cabo, al menos en el plano de la comida.

---

Koshihikari domina la clasificación de arroces de Japón”, disponible en: <https://www.nippon.com/es/japan-data/h00436/>

<sup>158</sup> No está de más repetirlo: se trata de arroz de variedad japónica que se cocina primero hirviendo y después al vapor.

<sup>159</sup> Primera entrevista, 15 de agosto del 2020.

La disposición de los restauranteros y chefs para atender —o no— los requerimientos especiales o antojos de sus clientes no japoneses es un tema central en los discursos sobre los restaurantes posteriores a Kaikan. El primer momento de esta tropicalización lo lideran los restauranteros pioneros, quienes hicieron varias concesiones con las que se puede, o no, estar de acuerdo —la soya con limón, los rollos sin alga, los chiles toreados—, pero le abrieron brecha a la comida japonesa ante comensales no japoneses reticentes a probarla. Se trata de la época del *sushi boom* en la Ciudad de México, del cual también participaría Sushi Itto —que es tanto el primer contacto que muchos mexicanos tienen con el makizushi, como el epítome de lo que no debe ser la comida japonesa según los japoneses y nikkei.

Ya con la comida japonesa posicionada en el mundo y la Ciudad de México, aproximadamente en la década de 1990, los chefs japoneses propietarios, y su preocupación por la destropicalización, toman relevancia. Si para los restauranteros pioneros la tropicalización de lo que entendían como comida japonesa auténtica significó una oportunidad, para los chefs propietarios japoneses la destropicalización planteó nuevas posibilidades. Volviendo al ejemplo de los chiles toreados: tener un restaurante que no sirviera soya con chiles toreados o queso crema, por mencionar algunos ejemplos, es simultáneamente una oportunidad creativa y de protección a la comida japonesa. Así, de acuerdo con el discurso de una chef propietaria japonesa, con más de 50 años en la Ciudad de México: “aunque no ganemos mucho, el restaurante es un lugar para expresarnos y eso benefició a la cocina japonesa en México y en el mundo”.<sup>160</sup> Esta misma chef recuerda la primera vez que le pidieron unos chiles toreados: el comensal insistió muchísimo y tuvo que salir directamente a hablar con él para explicarle que no podía servirle algo que no tenía en la cocina. También hay restaurantes que se posicionan en un punto medio: “sí, tratamos de

---

<sup>160</sup> Quinta entrevista, 3 de septiembre del 2020.

complacer con ponzu o chiles toreados, pero sin olvidar las bases: un gohan bien hecho, buenos ingredientes y presentación.”<sup>161</sup>

La época posterior a la de los chefs propietarios, preocupados por la destropicalización pero con distintas opiniones sobre servir, o no, chiles toreados, da paso a una serie de restaurantes de comida japonesa que se insertan de forma abierta en los discursos sobre la autenticidad. De acuerdo con Ray, “la búsqueda de la autenticidad es una ansiedad que se produce por medio del acceso” (2016, p. 99) y, para el momento en que surgen los restaurantes de comida japonesa activamente preocupados por la autenticidad, el acceso a comida japonesa en la Ciudad de México era ya considerablemente amplio. Los restauranteros y chefs de este periodo se concentran abiertamente en “lo que hace falta” en la Ciudad de México y vinculan su capital cultural con lo que ofrecen sus establecimientos, que evitan, o al menos dicen evitar, a toda costa atender los antojos o requerimientos de sus clientes —a menos que se trate, por supuesto, de alguna alergia. En este tipo de sitios, aunque sí llegan a encontrarse platillos con picante, la soya con chiles toreados prácticamente no tiene cabida.

Para terminar, me interesa redondear dos puntos que elaboro a lo largo de la tesis. En primer lugar, contar una historia de los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México permite hablar sobre la ciudad en general. Los restauranteros migrantes y los restaurantes de cocinas migrantes —es decir, de personas no migrantes pero que sirven comida de otros sitios— influyen a las ciudades en que habitan y pueden, incluso “dar forma, carácter y reputación a barrios, ciudades o regiones enteras” (Beriss y Sutton, 2007, p. 3). La falta de un barrio japonés en la ciudad hace que parezca que la oferta de restaurantes está dispersa pero, según lo que mencionan mis entrevistados sobre los sitios en que hay más concentración de japoneses en la Ciudad de México,

---

<sup>161</sup> Vigésima primera entrevista, 21 de septiembre del 2021.



estos establecimientos suelen estar donde viven o vivieron japoneses. Es posible que por ello los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México, cuyos dueños son japoneses o nikkei, se concentran en tres zonas: las colonias Del Valle-Nápoles, las colonias Cuauhtémoc-Juárez y la colonia Polanco. De hecho, cuando pregunté a un chef propietario japonés por qué había puesto su negocio en Polanco, respondió inmediatamente: “porque aquí vivo.”<sup>162</sup>

Una historia de los restaurantes en la Ciudad de México también muestra la manera en que esta metrópoli se integra a procesos globales. Primero, al tener lugares en que los migrantes, no sólo japoneses, pueden encontrar sabores familiares a los de sus lugares de origen. Novo narra que los primeros intentos de cosmopolitanización de la comida en la ciudad sucedieron en el siglo XIX y estaban vinculados con la satisfacción de las añoranzas gastronómicas de sus miembros quienes, según sus lugares de origen, frecuentaban el Anglo American Club, el Club Alemán o el Club de los españoles (1967, p. 135). Aunque la Asociación México Japonesa comenzaría más de 50 años después, su constitución también está sincronizada con los procesos de reconfiguración que la migración japonesa tuvo después de la Segunda Guerra Mundial. De hecho, el restaurante Kaikan comenzó sus operaciones con menos de diez años de diferencia del que podría ser el primer restaurante japonés en la Europa de la posguerra.<sup>163</sup> La Ciudad de México también participa de otras tres tendencias vinculadas con la comida japonesa en el mundo: la preferencia inicial por platillos calientes y con carne, el sushi *boom* y la más reciente preocupación por la autenticidad de la comida japonesa. Finalmente, esta historia de los restaurantes de comida japonesa en la Ciudad de México en general coincide con lo que James Farrer *et. al* elaboran sobre la movilidad global de los restaurantes japoneses: al inicio se trata de restaurantes de migrantes y chefs japoneses,

---

<sup>162</sup> Novena entrevista, 13 de enero del 2021.

<sup>163</sup> Se trata del restaurante Takara en París, que fundó el migrante japonés Ashibe Tetsu y abrió sus puertas en 1958 (Farrer *et al.* en Leong-Salobir, 2019, p. 49).

cuyos clientes principales son otros migrantes japoneses, pero que, eventualmente, comienzan a frecuentar (y, en ocasiones, a operar) las elites urbanas y los *trendsetters* y, finalmente, los consumidores promedio (en Leong-Salobir, 2019, p. 39 y 47).

En segundo lugar, la historia que elaboro se puede vincular de muchísimas maneras con la teoría que presento, pero las que me interesa destacar son las siguientes: lo que se sirve en un restaurante —y la manera en que se habla de ello— está mediado por ideas sobre el gusto y las posibilidades del entorno. Sin embargo, tanto el gusto como el entorno son nociones que se entrelazan con muchas otras cuestiones. Para el caso del gusto, si bien es relevante la predisposición física a encontrar algo agradable o desagradable, también el aprendizaje, la experiencia, el estatus y el origen, pueden delimitar lo que nos gusta o no. En el caso del entorno, y en particular, para el caso de los restaurantes migrantes, los elementos relevantes también son muy diversos: los límites materiales y ecológicos, la idea de la cocina del lugar de origen y la idea de la cocina del lugar de destino, los deseos tanto de quienes cocinan como quienes comen, así como la reputación y las condiciones económicas del grupo migratorio.

Hablar de gusto, autenticidad o tropicalización sin detenerse a reflexionar en las historias que cada restaurante de comida japonesa en la Ciudad de México —con o sin salsa de soya con chiles toreados— es obviar los procesos sociales que hay detrás de cada platillo y pasar por alto las intersecciones entre lo que pueden, imaginan y desean restauranteros, chefs y comensales. No se trata de hablar del gusto de forma abstracta, de romantizar lo auténtico o de justificar lo tropical, sino más bien de narrar de forma densa y dar cuenta de los significados de que tienen estas categorías en momentos específicos para posteriormente ofrecer explicaciones históricamente situadas.

## Referencias

### *Libros y artículos*

Arjun Appadurai, “Gastro-politics in Hindu South Asia”, *American Ethnologist*, 3 (1981), pp. 494-511.

Barthes, Roland, *Empire of Signs*, trad. por Richard Howard, Nueva York, Hill and Wang, 1982.

Barthes, Roland, *Mitologías*, trad. por Héctor Schmucler, México, Siglo XXI, 2ª edición, 2010.

Beriss, David, y David Sutton (eds.), *The Restaurants Book. Ethnographies of Where We Eat*, Oxford, Berg, 2007.

Bestor, Theodore C., “Supply-Side Sushi: Commodity, Market, and the Global City”, *American Anthropologist*, 1 (2001), pp. 76-95.

Bestor, Theodore C., *Tsukiji. The Fish Market at the Center of the World*, Berkeley, University of California Press, 2004 [versión para Kindle].

Bourdain, Anthony, y Joel Rose, *Get Jiro*, Burbank, DC Comics, 2012.

Bourdieu, Pierre, *Capital cultural, escuela y espacio social*, trad. por Isabel Jiménez, Ciudad de México, Siglo XXII, 2011 [edición para Kindle].

Bourdieu, Pierre, “Comprender” en su libro *La miseria del mundo*, trad. por Horacio Pons, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 3ª reimpresión, pp. 527-543.

Bourdieu, Pierre, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, trad. por Ma. Del Carmen Ruíz de Elvira, Madrid, Taurus, 2012, [edición para Kindle].

Castañeda León, Rocío, *Cambios en los puntos de fusión y ebullición del agua debido a una variación en la presión*, Ciudad de México, Secretaría de Educación Pública, 2016.

Celaya Tentori, Minerva y Araceli Almaraz Alvarado, “Recuento histórico de la normatividad pesquera en México: un largo proceso de auge y crisis”, *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 2018, núm. 16, pp. 33-48.

De Bary, Theodore, Donald Keene, George Tanabe, Paul Varley (comp.), *Sources of Japanese Tradition. Volume one: from Earliest Times to 1600*, Nueva York, Columbia University Press, 2001.

- Douglas, Mary, “Deciphering a Meal”, *Daedalus*, 1 (1972), pp. 61-81.
- Douglas, Mary, *Purity and Danger. An Analysis of the Concepts of Pollution and Taboo*, Nueva York, Routledge, 2003, [edición para Kindle].
- Farrer, James (ed.), *The Globalization of Asian Cuisines. Transnational Networks and Culinary Contact Zones*, Nueva York, Palgrave MacMillan, 2015.
- Geertz, Clifford, *La interpretación de las culturas*, trad. por Alberto L. Bixio, Barcelona, Gedisa, 1989.
- Geertz, Clifford, “Deep Play: Notes on the Balinese Cockfight” en su libro *The Interpretation of Cultures*, Nueva York, Basic Books, 1973, pp. 412-453.
- Geertz, Clifford, “Toutes Directions: Reading the Signs in an Urban Sprawl”, *International Journal of Middle East Studies*, 21 (1989), pp. 291-306.
- Good Eshelman, Catherine, y Laura Elena Corona de la Peña (coord.), *Comida, cultura y modernidad en México. Perspectivas antropológicas e históricas*, Ciudad de México, Conacyt-ENAH-INAH-CONACULTA, 2011.
- Goody, Jack, *Cocina, cuisine y clase*, trad. por Patricia Willson, Barcelona, Gedisa, 2017.
- Gonzalbo Aizpuru, Pilar, *Introducción a la historia de la vida cotidiana*, Ciudad de México, El Colegio de México, 2006.
- Haley, Andrew P., “The Nation before Taste: The Challenges of American Culinary History”, *The Public Historian*, 2012, núm. 2, pp. 53-78.
- Harris, Deborah A., y Patti Giuffre, “From Good to Great: Food Media and Becoming an Elite Chef” en su libro *Taking the Heat: Women Chef’s and Gender Inequality in the Professional Kitchen*, New Brunswick, Rutgers University Press, 2015, pp. 43-83.
- Hattori, Yukio (ed.), *An Illustrated Guide to Japanese Cooking and Annual Events*, Kyoto, Tankosha Publishing Co., 2017.
- Hosking, Richard, *A Dictionary of Japanese Food. Ingredients and Culture*, Singapore, Tuttle Publishing, 1996.

- Imada, Sumio, e Isato Furumitsu, “Traditional and Modern Eating in Japan” en Herbert L. Meiselman (ed.), *Handbook of Eating and Drinking. Interdisciplinary Perspectives*, Cham, Springer Nature Switzerland, 2020, pp. 1343-1366.
- Ishige, Naomichi, *The History and Culture of Japanese Food*, Nueva York, Routledge, 1a edición en línea, 2011.
- Ji-Song Ku, Robert, *Dubious gastronomy: the cultural politics of eating Asian in the USA*, Honolulu, University of Hawaii Press, 2014.
- Johnston, Josée, y Shyon Baumann, “Democracy versus Distinction: A Study of Omnivorousness in Gourmet Food Writing”, *American Journal of Sociology*, 113 (2007), pp. 165-204.
- Kershenovich Schuster, Paulette, “Jewish Food in Mexico: Reflections of a Community's History, Culture, and Values”, *Rever*, 2015, núm. 1, pp. 58-79.
- Kishimoto, Fukuko, “From *Restaurant Nippon* and *Kaiseki Ryori* to *Megu* and Japanese Fusion Food: A Brief History of Japanese Food and Restaurants in New York City”, New York University, 2006 [tesis de maestría].
- Leong-Salobir, Cecilia, (ed.), *Routledge Handbook of Food in Asia*, Londres, Routledge, 2019.
- Lévi-Strauss, Claude, *Mitológicas. Lo crudo y lo cocido*, trad. por Juan Almela, Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica, 11ª reimpresión, 2019.
- Masterson, Daniel M., y Sayaka Funada-Classen, *The Japanese in Latin America*, Chicago, University of Illinois Press, 2004.
- Miura, Satomi, “Representaciones de los alimentos en la poesía de la época premoderna de Japón: el Kigo de Matsuo Basho”, *Estudios de Asia y África*, 50 (2015), pp. 759-777.
- Novo, Salvador, *Cocina Mexicana o historia gastronómica de la Ciudad de México*, Ciudad de México, Porrúa, 1967, p. 113.
- Ohnuki-Tierney, Emiko, *Rice as Self. Japanese Identities Through Time*, Nueva Jersey, Princeton University Press, 1993, [edición para Kindle].

- Ota Mishima, María Elena, *Siete migraciones japonesas en México*, Ciudad de México, El Colegio de México, 1982, [versión digital].
- Parkhurst Ferguson, Priscilla, *Accounting for Taste. The Triumph of French Cuisine*, Chicago, The University of Chicago Press, 2004.
- Peterson, Richard A., “In Search of Authenticity”, *Journal of Management Studies*, 42 (2005), pp. 1083-1098.
- Pilcher, Jeffrey M., *Planet Taco. A Global History of Mexican Food*, Nueva York, Oxford University Press, 2012.
- Pla, Josep, *Lo que hemos comido*, Barcelona, Ediciones Destino, 1ª edición digital, 2016.
- Rath, Eric C., *Japan’s Cuisines. Food, place and identity*, Londres, Reaktion Books, 2016 [version para Kindle].
- Rath, Eric C., *Oishii. The History of Sushi*, Londres, Reaktion Books, 2021.
- Rawson, Katie, y Elliott Shore, *Dining Out: A Global History of Restaurants*, Londres, Reaktion Books, 2019, p. 267 [version para Kindle].
- Ray, Krishnendu, *The Ethnic Restaurateur*, Nueva York, Bloomsbury, 2016, [edición digital].
- Ray, Krishnendu, *The Migrant’s Table. Meals and Memories in Bengali-American Households*, Philadelphia, Temple University Press, 2004
- Simmel, Georg, *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*, trad. por Salvador Mas, Barcelona, Península, 1986.
- Singleton Hachisu, Nancy, *Japón. Gastronomía*, trad. por Karen Fernández *et al.*, Nueva York, Phaidon, 3ª reimpresión en español, 2021.
- Solt, George, *The Untold History of Ramen How Political Crisis in Japan Spawned a Global Food Craze*, Berkeley, University of California Press, 2014, [edición para Kindle].
- Stalker, Nancy K., (ed.), *Devouring Japan: Global Perspectives on Japanese Culinary Identity*, Nueva York, Oxford University Press, 2018, p. 301 [edición para Kindle].

Tenorio-Trillo, Mauricio, *I Speak of the City. Mexico City at the Turn of the Twentieth Century*, Chicago, The University of Chicago Press, 2012.

Tierney, R. Kenji, “Consuming Sumo Wrestlers: Taste, Commensality, and Authenticity in Japanese Food”, *Food, Culture & Society*, 19 (2016), pp. 637-653.

Tokunaga, Yu, “Japanese Farmers, Mexican Workers, and the Making of Transpacific Borderlands”, *Pacific Historical Review*, 89 (2020), pp. 165-197.

Wang, Q. Edward, *Chopsticks. A Cultural and Culinary History*, Cambridge, Cambridge University Press, 2015.

Zukin, Sharon, *Naked City. The Death and Life of Authentic Urban Places*, Nueva York, Oxford University Press, 2010.

8 Lee, Jennifer, *The Fortune Cookie Chronicles. Adventures in the World of Chinese Food*, Nueva York, Hachette Book Group, 2008 [edición para Kindle].

#### *Fuentes en línea*

Asociación México Japonesa, “¿Quiénes somos?”, disponible en <https://www.amj.mx/nuestra-historia>, consultado el 15 de julio de 2021.

Castañeda de la Cruz, Margot, “Los nuevos restaurantes japoneses para conocer en el verano 2019” en *Chilango*, disponible en <https://www.chilango.com/comida/restaurantes-japoneses-en-cdmx/>, consultado el 12 de febrero de 2021.

Cruz Nakamura, Martín Yoshio, “Entre el pasado y el presente de la colonia Enomoto, una mirada desde adentro” (Partes 1-3) en *DiscoverNikkei*, disponible en <http://www.discovernikkei.org/es/journal/2012/2/7/colonia-enomoto-1/>, consultado el 22 de noviembre de 2020.

Diccionario del Español de México, disponible en: <https://dem.colmex.mx/>, consultado el 15 de febrero del 2021.

Food and Travel México, “Aeroméxico más cerca de Asia”, disponible en: <https://foodandtravel.mx/aeromexico-mas-cerca-de-asia/>, consultado el 5 de julio de 2022.

Gittleson, Kim, “Wasabi: ¿por qué Estados Unidos invierte en la planta más difícil de cultivar del mundo?” en *BBC Mundo*, disponible en [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/09/140918\\_economia\\_wasabi\\_negocio\\_eeuu\\_agro\\_e\\_gn](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/09/140918_economia_wasabi_negocio_eeuu_agro_e_gn), consultado el 15 de noviembre de 2021.

Global Japanese Food Project, “Global Japanese Cuisine Project. Sophia University Institute of Comparative Culture”, disponible en <https://www.global-japanese-cuisine.org/>, consultado el 20 de julio de 2021.

Goodman, Mackenzie, “25 Things You Didn’t Know About P.F. Chang’s” en *P.F. Chang’s*, disponible en <https://www.pfchangs.com/blog/pfcb/2021/01/07/25-things-you-didn%27t-know-about-p.f.-chang%27s>, consultado el 5 de enero de 2022.

Grupo Dasi, “Historia. ¿Qué significa Sushi Itto?” en *Grupo Dasi*, disponible en <https://grupodasi.com.mx/Inversionistas/Historia>, consultado el 20 de diciembre de 2021.

Hernández Galindo, Sergio, y Emma Nakatani Sánchez, “El cacahuate japonés que nos legó la familia Nakatani” en *Discover Nikkei*, disponible en <http://www.discovernikkei.org/es/journal/2018/8/31/cacahuate-japones/>, consultado el 9 de junio de 2021.

Hernández Galindo, Sergio, “Tatsugoro Matsumoto y la magia de las jacarandas en México” en *Discover Nikkei*, disponible en <http://www.discovernikkei.org/es/journal/2016/5/6/tatsugoro-matsumoto>, consultado el 21 de abril de 2021.

Ikejime Federation, “What Is Ike Jime?”, disponible en: <https://ikejimefederation.com/what-is-ike-jime/>, consultado el 10 de julio de 2022.

Japanese Government. Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, “The Delight of Japanese Food”, disponible en: <https://www.maff.go.jp/e/data/publish/attach/pdf/index-134.pdf>, consultado el 10 de julio de 2022.

*Jisho*, disponible en <https://jisho.org/search/nikkei>



Julián, Elizabeth, “Tokio en la CDMX”, Milenio, disponible en: <https://www.milenio.com/estilo/tokio-en-la-cdmx>, 2 de mayo de 2022.

Kojima, Shigeru, “The Immigrants Who Introduced Japanese Foods to the Americas (Part 1: North America” en *Kikkoman*, disponible en [https://www.kikkoman.co.jp/kiifc/foodculture/pdf\\_22/e\\_004\\_011.pdf](https://www.kikkoman.co.jp/kiifc/foodculture/pdf_22/e_004_011.pdf), consultado el 20 de julio de 2021.

Lewis, Danny, “Japan Honors the Creator of the California Roll” en *Smithsonian Magazine*, disponible en <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/japan-honors-creator-of-california-roll-180959446/>, consultado el 15 de noviembre de 2021.

Masaru, Doi, *The Art of Japanese Cookery*, Tokio, Shibata Publishing Co., 1962, p. 39, disponible en Adam Matthew, Food And Drink in History, [http://www.foodanddrink.amdigital.co.uk/biblioteca-colmex.idm.oclc.org/Documents/Details/MSU\\_TX7245J3\\_D65\\_1962](http://www.foodanddrink.amdigital.co.uk/biblioteca-colmex.idm.oclc.org/Documents/Details/MSU_TX7245J3_D65_1962), consultado el 22 de agosto de 2021.

Matsuhisa, Nobu, “THE CHEF; Sashimi That Isn’t: A Star Is Born” en *The New York Times*, disponible en <https://www.nytimes.com/2001/09/12/dining/the-chef-sashimi-that-isn-t-a-star-is-born.html>, consultado el 8 de diciembre de 2021.

Mejía Guerrero, Angelina, “Sushi Itto, un concepto mexicano” en *El Universal*, disponible en <https://archivo.eluniversal.com.mx/finanzas/16510.html>, consultado el 20 de diciembre de 2021.

Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, “Shokuiku Initiatives by MAFF. Inheritance of Food Culture”, disponible en [https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/pdf/part5\\_en.pdf](https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/pdf/part5_en.pdf), consultado el 2 de diciembre de 2021.

Oviedo, Anabel, “12 lugares en Little Tokyo: la zona japonesa de la Cuauhtémoc”, *Dónde ir*, disponible en: <https://www.dondeir.com/ciudad/guia-de-little-tokyo-en-la-cuauhtemoc-en-cdmx/2019/07/>, consultado el 2 de mayo de 2022.

Porter Katz, Brooke, “Japón florece en la Ciudad de México”, *The New York Times*, disponible en: <https://www.nytimes.com/es/2019/10/31/espanol/negocios/little-tokio-mexico.html>, consultado el 2 de mayo de 2022.

Restaurante Suntory, “Grupo Suntory en México” disponible en <https://www.suntory.com.mx/>, consultado el 25 de julio de 2021.

Secretaría de Relaciones Exteriores, “Relaciones exteriores. Embajada de México en Japón. Turismo”, disponible en: <https://embamex.sre.gob.mx/japon/index.php/es/embajada/economica-esp/126-relacion-economica/turismo/356-turismo-esp>, consultado el 5 de julio de 2022.

Spam, “Spam Classic”, disponible en: <https://www.spam.com/varieties/spam-classic>, consultado el 10 de julio de 2022.

St. Mitchel, Patrick, “End of an Era as Tokyo’s Tsukiji Fish Market Closes”, *CNN*, disponible en: <https://edition.cnn.com/travel/article/tokyo-tsukiji-fish-market-toyosu/index.html>, consultado el 20 de diciembre de 2021.

Suntory, “¿Quiénes somos?: historia”, disponible en [https://www.suntory.mx/es/who\\_we\\_are/history/index.html](https://www.suntory.mx/es/who_we_are/history/index.html), consultado el 25 de julio de 2021.

Top Management, “ANA anuncia los primeros vuelos diarios y sin escalas entre Japón y México”, disponible en: <http://topmanagement.com.mx/ana-anuncia-los-primeros-vuelos-diarios-sin-escalas-japon-mexico/>, consultado el 5 de julio de 2022.

s.a., “Basic Knowledge. The Japanese cuisine”, *Guide to Traditional Restaurants and Dining in Japan*, disponible en [https://nihonryouri.jp/basic\\_en.html](https://nihonryouri.jp/basic_en.html), consultado el 9 de julio de 2022.

s.a., “Kaiseki Ryori”, *Japan Guide*, disponible en <https://www.japan-guide.com/e/e2348.html>, consultado el 10 de enero de 2022.

s.a., “Number of Overseas Japanese Restaurants Tops 100,000”, *Nippon.com*, disponible en: <https://www.nippon.com/en/features/h00218/>, consultado el 10 de junio de 2022.

s.a., “Omurice” en *TasteAtlas*, disponible en: <https://www.tasteatlas.com/omurice>, consultado el 9 de julio de 2022.

s.a., “Suntory, emperador de la cocina japonesa en CDMX” en *Dónde ir*, disponible en <https://www.dondeir.com/restaurante/suntory-emperador-de-la-cocina-japonesa-en-la-cdmX/12380/>, consultado el 30 de junio de 2021.

s.a., “Un rollo muy rico” en *Expansión*, disponible en <https://expansion.mx/expansion/2011/09/14/un-rollo-muy-rico>, consultado el 5 de julio de 2021.

**Anexo. Tabla de entrevistas**

<b>Número de entrevista</b>	<b>Fecha de la entrevista</b>	<b>Origen del entrevistado</b>	<b>Tiempo en México cuando se realizó la entrevista</b>	<b>Ocupación</b>
1ª entrevista	15 de agosto del 2020	Kanagawaga, Japón	15 años	Restaurantera y chef
2ª entrevista	16 de agosto del 2020	Ciudad de México, México	No aplica	Chef
3ª entrevista	26 de agosto del 2020	Kumamoto, Japón	53 años	Restaurantera y chef
4ª entrevista	26 de agosto del 2020	Miyazaki, Japón	36 años	Restaurantera y cocinera
5ª entrevista	3 de septiembre del 2020			Restaurantera y chefs
6ª entrevista	19 de septiembre del 2020	Tokio, Japón	3 años	Gestora cultural y cocinera
7ª entrevista	7 de octubre del 2020	Ciudad de México, México	No aplica	Trabajadores de restaurante japonés
8ª entrevista	8 de octubre del 2020	Tijuana, México	No aplica	Restaurantera
9ª entrevista	13 de enero del 2021	Nagoya, Japón	10 años	Restaurantera y chef
10ª entrevista	19 de enero del 2021	Ciudad de México, México	No aplica	Restaurantera y chef
11ª entrevista	25 de enero del 2021	Tokio, Japón	42 años	Restaurantera y chef
12ª entrevista	27 de enero del 2021	Toyama, Japón	55 años	Restaurantera y chef
13ª entrevista	1 de febrero del 2021	Ciudad de México, México	No aplica	Restaurantera y chef
14ª entrevista	2 de febrero del 2021	Ciudad de México, México	No aplica	Historiadora
15ª entrevista	10 de febrero del 2021	Ciudad de México, México	No aplica	Restaurantera
16ª entrevista	19 de febrero del 2021	Ciudad de México, México	No aplica	Funcionaria
17ª entrevista	26 de febrero del 2021	Sin información	9 años	Empresaria del ramo gastronómico
18ª entrevista	2 de marzo del 2021	Tokio, Japón	3 años	Chef
19ª entrevista	24 de abril del 2021	Puebla, México	No aplica	Dentista

20ª entrevista	5 de agosto del 2021	Akita, Japón	55 años	Restaurantera
21ª entrevista	21 de septiembre del 2021	Sin información	Llegó de Japón siendo niño	Restaurantera
22ª entrevista	26 de octubre del 2021	Ciudad de México, México	No aplica	Empresario del ramo gastronómico