

Gastronomía, Cine y Cultura Global: El papel de El Viaje de Chihiro en la difusión de la cocina japonesa

Gastronomy, Cinema, and Global Culture: The role of
Spirited Away in the dissemination of Japanese cuisine

Mario Iván Lizarraga Inzunza

Universidad Vizcaya de las Américas. México.
mario.ivan.23@gmail.com

Nuchnudee Chaisatit

Universidad de Colima. México.
nuchnudee@ucol.mx

Resumen

Este artículo analiza el papel del cine de animación japonés, particularmente El viaje de Chihiro de Hayao Miyazaki, en la difusión cultural y simbólica de la gastronomía japonesa en el contexto de la globalización. Se propone que el cine actúa como vehículo de transmisión cultural al incorporar elementos visuales, narrativos y gastronómicos que despiertan el interés por las culturas representadas. A través de un análisis cualitativo de escenas específicas, se identifican diversos platillos y su carga simbólica, destacando cómo la comida no solo cumple una función estética o narrativa, sino que se convierte en un puente para la apropiación cultural. El estudio permite comprender cómo la industria del entretenimiento japonés, enmarcada en políticas como Cool Japan, contribuye a posicionar su cultura gastronómica en el imaginario global.

Palabras clave: anime, gastronomía japonesa, cine, globalización, El viaje de Chihiro, Studio Ghibli, cultura visual.

Abstract

This article explores the role of Japanese animated cinema, particularly Hayao Miyazaki's Spirited Away, in the symbolic and cultural dissemination of Japanese cuisine within the framework of globalization. It argues that cinema functions as a vehicle for cultural transmission by incorporating visual, narrative, and culinary elements that spark interest in the cultures represented. Through a qualitative analysis of specific scenes, the study identifies various dishes and their symbolic meanings, emphasizing how food is not merely aesthetic or narrative, but a bridge for cultural appropriation. The research highlights how Japan's entertainment industry, framed by initiatives like "Cool Japan," contributes to positioning Japanese gastronomy in the global imaginary.

Keywords: anime, Japanese cuisine, film, globalization, Spirited Away, Studio Ghibli, visual culture.

Introducción

En las últimas décadas, la cultura global ha experimentado una transformación sin precedentes, difuminando fronteras y acercando realidades antes distantes. En este panorama de constante intercambio cultural a nivel internacional, la gastronomía y el cine han emergido como poderosos vehículos para la difusión cultural. La cocina japonesa, en particular, ha trascendido sus orígenes insulares para conquistar paladares alrededor del mundo, y en esta expansión, el séptimo arte ha jugado un papel fundamental.

El cine, más allá de ser un mero entretenimiento, se erige como una de las herramientas más potentes y versátiles para la difusión cultural en la sociedad contemporánea. Su capacidad para narrar historias, evocar emociones y transportar al espectador a realidades diversas lo convierte en un puente inigualable entre culturas que pueden ser de lo más distantes entre sí. Haciendo uso de actuaciones, imágenes, sonidos y narrativas, el cine permite plasmar tradiciones, costumbres, valores y problemáticas sociales de diferentes partes del mundo a través de un formato que se ha vuelto cada vez más accesible, fomentando así la comprensión e interacción entre distintas culturas. Es una ventana que no solo refleja la esencia de una sociedad, sino que también tiene el poder de moldear percepciones, generar debates y, en última instancia, enriquecer el conocimiento y la empatía de las audiencias globales (Merino y Ochoa, 2022).

En este contexto, obras maestras de la animación japonesa como *El viaje de Chihiro* (千と千尋の神隠し *Sen to Chihiro no Kamikakushi*) no solo han cautivado a audiencias globales con sus narrativas fantásticas y su impresionante estética visual, sino que también han desempeñado un papel significativo en la expansión de la cocina nipona, elevándola de lo exótico a lo universalmente deseado y reconocido.

Es así que la presente busca detallar en las implicaciones del empleo del séptimo arte, en específico la cinta antes mencionada, como un motor que permite transmitir la visión y tradición nipona al resto del mundo, condensándose en la siguiente incógnita: ¿De qué manera el anime *El viaje de Chihiro* contribuye a la difusión simbólica y cultural de la cocina japonesa en el contexto de la globalización? Para ello, se establece como objetivo el explorar cómo dicha cinta ha contribuido y sigue contribuyendo a la representación y propagación de la cocina japonesa en un contexto global.

Metodología

Este trabajo se desarrolló a partir de un enfoque cualitativo de tipo exploratorio y analítico, basado en el análisis textual y visual de la película *El viaje de Chihiro* (2001) del Studio Ghibli. Se empleó la técnica de análisis de contenido

para identificar y categorizar escenas en las que se representa explícita o simbólicamente la gastronomía japonesa, considerando tanto el contexto narrativo como el simbólico y cultural. Además, se consultaron fuentes secundarias académicas y periodísticas que profundizan en la representación cultural del cine japonés, el fenómeno de la industria cultural y el proceso de globalización gastronómica. El estudio se apoya en marcos teóricos vinculados a los estudios culturales, la teoría crítica y el consumo simbólico.

Marco teórico

Cine, gastronomía y cultura: un cruce interdisciplinario

La cultura como una industria no es un concepto novedoso ni nuevo, pero está estrechamente relacionado a la modernidad y las formas de consumo que iniciaron en los años treinta, es un proceso considerado como la segunda industrialización, donde varios bienes de alto consumo dejaron de ser tangibles en su totalidad y pasaron a ser representaciones de las normas, símbolos y mitos de una sociedad en forma de imágenes, llegando al público a través del cine, la televisión, periódicos y la publicidad.

La industria cultural se refiere a la producción masiva de bienes culturales con la misma lógica que cualquier otra industria capitalista, donde grandes empresas planifican la producción cultural en serie a fin de reducir costos y aumentar la circulación (Chaisatit, 2022).

A partir del año 2000, el gobierno japonés, enfrentando una disminución poblacional y sus consecuentes problemas económicos, buscó una estrategia de recuperación y la solución se encontró en la industria cultural.

En 2006, el entonces Ministro de Asuntos Exteriores, Taro Aso, propuso el desarrollo de la industria creativa, enfocándose en el anime y manga como bienes culturales para impulsar el consumo tanto a nivel nacional como internacional, desembocando finalmente en el 2011 en la política Cool Japan bajo la administración del Primer Ministro Shinzo Abe (Chaisatit, 2022). El Sr. Taro Aso fue nombrado ministro a cargo de esta estrategia, su rol se enfocó en coordinar la promoción de la cultura japonesa en colaboración con diversos ministerios y el sector privado, en lo que se conoce como el plan All Japan.

Es así que se fijó como objetivo principal la producción y exportación tanto de bienes como servicios que reflejasen la identidad japonesa. Esto no solo con el fin de levantar la economía, sino también promover la japonización, es decir, el desarrollo del proceso de la asimilación de la cultura japonesa en otros países a través de su industria creativa (Chaisatit, 2022).

Al convertir la cultura en una mercancía accesible para el ocio y el entretenimiento, se facilita la homogeneización e intercambio cultural con la

paulatina expansión de zonas de consumo, dando pie a relaciones interculturales a través de la aceptación de signos y símbolos representados por los bienes culturales.

El consumo como método para satisfacer las necesidades humanas, tanto fisiológicas como sociales, fue heredada en la posmodernidad con una directriz muy clara respecto al valor que la sociedad les otorga a los productos: el ocio.

El ocio surge como un fenómeno social y cultural en la era posmoderna, impulsado por el establecimiento de la jornada laboral de ocho horas. Se define como el tiempo libre fuera del trabajo, que las personas usan para satisfacer sus necesidades físicas y psicológicas (Chaisatit, 2022).

Las actividades de ocio varían según los gustos individuales, pero a menudo incluyen ver películas, series, leer, escuchar música o viajar. Estas actividades son, en gran medida, influenciadas por la clase social. Aunque el ocio es visto como una actividad esencial de la vida moderna, en la sociedad capitalista tardía, es víctima directa de la estructura social dominante, a través de lo que comúnmente se conoce como tendencias de consumo (Chaisatit, 2022).

Es en este contexto donde se suscita la relevancia del cine como medio de difusión, gracias en gran medida a la capacidad de este para forjar identidades a partir de la diversidad cultural que, sin embargo, tiende a influenciarse por sus intereses intrínsecamente financieros, repercutiendo finalmente en la fidelidad de la representación de dichos valores de identidad.

Esto es de suma importancia, ya que nuestras identidades suelen reconocerse a través de las imágenes que proyectamos. Si la imagen no coincide con la identidad, puede generar una sensación de desequilibrio. Es por eso que las personas que comparten una identidad a menudo presentan apariencias similares, lo que incluye su forma de vestir, peinado, accesorios, objetos personales, forma de hablar y comportarse, así como los lugares que frecuentan. Incluso pueden compartir rasgos físicos. Debido a esta fuerte relación entre imagen e identidad, el cine ha jugado un papel crucial en la promoción de los procesos de identificación (Villarreal, 2006).

Dichos procesos comprenden un espectro más allá de los símbolos representados por un individuo, y llegan hasta las raíces que componen su contexto cultural, donde yacen aspectos como la gastronomía, símbolo territorial que define el arraigo a un determinado lugar. Es el patrimonio de una sociedad, un rasgo distintivo de su identidad, forjada y manifestada en la forma de cultivar, los productos utilizados, los platos típicos e incluso las costumbres al servir y consumir los alimentos. Lo que es habitual en una cultura puede resultar extraño en otra, como comer descalzo o sin cubiertos. En última instancia, la cocina y todo lo que la rodea son elementos fundamentales en el desarrollo de las comunidades y la vida en sociedad en cualquier rincón del mundo (Fusté-Forné, 2016).

La gastronomía trasciende la mera necesidad biológica de alimentarse,

erigiéndose como un complejo símbolo cultural, emocional y político. Culturalmente, un platillo es un compendio de la historia, geografía y tradiciones de un pueblo, reflejando su evolución, los ingredientes disponibles y las técnicas culinarias transmitidas de generación en generación (UNESCO, 2010).

En el ámbito político, la gastronomía puede ser una herramienta de afirmación nacional, un motor económico o incluso un medio de protesta y resistencia. Históricamente, ciertos alimentos o su consumo han servido para demarcar estatus social, celebrar victorias e incluso convertirse en símbolos de lucha e identidad frente a la opresión.

Inherentemente, uno de los primeros aspectos que destacó el cine como motor de difusión cultural fue el paradigma culinario de las regiones que representaba, mismas que podían ser completamente desconocidas para los espectadores, generando curiosidad e interés acerca del panorama gastronómico de una cultura distinta a la propia. A menudo, la representación de lo exótico en el cine tiende a la idealización, proyectando sobre culturas ajenas un conjunto de deseos y/o temores, pudiendo resultar en estereotipos y una visión simplificada de la realidad. Por otro lado, la narrativa audiovisual también moldea la percepción de lo tradicional, ya sea para revalorizar y preservar el patrimonio cultural, o para presentarlo de una forma que pueda ser consumida o interpretada bajo lentes externas que, si bien puede fomentar el interés por el intercambio cultural, también corre el riesgo de folclorizar o petrificar ciertas tradiciones en el imaginario colectivo. Por ende, la interacción entre la narrativa audiovisual y la percepción de lo exótico y lo tradicional es un campo complejo donde las representaciones mediáticas pueden tanto enriquecer el diálogo intercultural como perpetuar visiones sesgadas, subrayando la importancia de una mirada crítica hacia el contenido que se consume. (Pérez, 2025).

Resultados

El viaje de Chihiro y su contexto sociocultural

Chihiro, una niña de diez años, se encuentra a mitad de una mudanza. Durante el camino a su nuevo hogar, sus padres, Akio y Yugo, se desvían y encuentran un misterioso túnel que los lleva a un pueblo desolado. Allí, sus padres caen en la trampa de un opulento banquete y son transformados en cerdos. Chihiro se da cuenta de que han entrado en un mundo espiritual gobernado por la malvada hechicera Yubaba. Esta le revela que los intrusos son convertidos en animales y luego devorados, y aquellos que escapan a este destino son condenados a morir si no demuestran ser útiles. Para sobrevivir en este peligroso mundo y evitar convertirse en una víctima, Chihiro, con la ayuda del enigmático Haku, debe encontrar trabajo y volverse productiva.

Un hito significativo en la historia de la animación japonesa fue en 2003, cuando *El viaje de Chihiro* hizo historia al ganar el Óscar a la Mejor Película de Animación. Este triunfo fue especialmente notable porque la película superó a grandes éxitos de taquilla como *La Era de Hielo* o *Lilo & Stitch*. Fue, hasta 2024, la única producción japonesa en recibir este prestigioso galardón, siendo *El niño y la garza*, también de Studio Ghibli, con quien comparte el mérito de ser galardonados con la estatuilla de la academia de los Óscares (Czajkowski, 2021).

Hayao Miyazaki, cofundador del renombrado Studio Ghibli, es célebre por crear películas que enaltecen la belleza del mundo natural. Aunque evita ser etiquetado como ambientalista, sus obras, sutiles y orgánicas, invitan a los espectadores a apreciar la naturaleza a través de la curiosidad y la exploración de sus personajes, evocando una nostalgia por la inocencia infantil.

Las películas de Miyazaki están profundamente imbuidas de temas sintoístas, budistas y taoístas, reflejando la rica amalgama de creencias en Japón. El sintoísmo, una religión animista, es particularmente prominente, con espíritus (*kami*) que habitan en la naturaleza y que Miyazaki representa vívidamente, como en *El viaje de Chihiro* con el espíritu del río o el dios del bosque en *La princesa Mononoke*. Esta fusión de creencias orientales aborda la preocupación por la desconexión moderna con el orden natural, sugiriendo que la sociedad actual nos desvía del Dao, o el camino correcto.

En última instancia, Miyazaki utiliza el poder del anime para transportar a la audiencia a mundos que fomentan una nueva perspectiva. Sus películas, aunque no para todos, actúan como un idilio rural exagerado que busca ilustrar cómo nuestra relación con la naturaleza podría ser diferente, permitiéndonos regresar a nuestra realidad cotidiana con una apreciación renovada por las posibilidades que nos rodean (Thomson, 2021).

Cine y difusión gastronómica en la cultura global

El viaje de Chihiro (*Sen to Chihiro no Kamikakushi*), la aclamada película de Studio Ghibli dirigida por Hayao Miyazaki y estrenada en 2001, fue un rotundo éxito. No solo dominó la taquilla japonesa al recaudar más de 230 millones de dólares y, además sumó otros 40 millones a nivel mundial, lo que la convirtió durante años en la película más taquillera del país. Los elogios no se limitaron a su magnífica animación y encantadores diseños, sino que se extendieron a sus ricos temas, profundamente arraigados en la religión sintoísta, el folclore japonés y verdades universales sobre la naturaleza, el amor y la valentía, con los que el público extranjero pudo relacionarse con mayor afinidad (Eldridge, 2025).

Este y muchos otros productos culturales nipones influyeron en la consolidación de la gastronomía japonesa como un producto cultural global,

trascendiendo sus fronteras para influir en la gastronomía mundial, desde el sofisticado sushi hasta la vibrante comida callejera como el ramen, los okonomiyaki o los yakitori. El sushi, en particular, ha evolucionado de ser una forma de conservar pescado en el sudeste asiático a convertirse en el embajador culinario de Japón por excelencia, un símbolo de arte y dedicación que se disfruta en cada rincón del planeta. Estos platillos, muchos con orígenes humildes y accesibles, reflejan una profunda reverencia por la naturaleza y la estacionalidad de los ingredientes, junto con un énfasis en la simplicidad, frescura y presentación estética (Tobi, 2024).

El filme *El viaje de Chihiro* ha sido pieza fundamental en la carrera para despertar el interés global hacia la comida japonesa, no solo por la animación apetitosa y meticulosa de sus platillos, que provocan un genuino antojo, sino también por el profundo rol narrativo y cultural que la comida desempeña en la trama. Desde el banquete que transforma a los padres de Chihiro hasta los reconfortantes onigiri que la ayudan en su viaje, la película integra la gastronomía como un elemento central de la historia y la emoción, presentando platos comunes en un contexto fantástico, fomentando la curiosidad de los espectadores. Este enfoque ha inspirado a innumerables espectadores a explorar la cocina japonesa, buscando recrear y experimentar los sabores que vieron en pantalla de distintas formas. En distintas plataformas y redes sociales es común hallar videos o publicaciones que exponen recetas vistas en este y muchos otros largometrajes del estudio, fenómeno que propició la aparición de recetarios no oficiales de los platillos vistos en películas de Studio Ghibli, culminando en la creación de experiencias culinarias como la realizada en el pueblo de Jiufen, Taiwan, donde los asistentes podían degustar la gran mayoría de los platillos que inspiraron a los vistos en *El viaje de Chihiro* (Tofugu, 2023; Golgberg, 2018; Jenner, 2024).

Tal expansión de parte de la cultura japonesa ha sido en gran medida gracias a su industria cinematográfica, la cual se ha consolidado como la segunda más lucrativa a nivel mundial, solo superada por la estadounidense. Gran parte de su éxito se debe al Studio Ghibli y, en particular, al visionario Hayao Miyazaki. Sus películas han cautivado a audiencias globales, mostrándoles la riqueza visual y narrativa de Japón y consolidando a Miyazaki como una figura clave en la cultura asiática contemporánea.

Las obras de Miyazaki, incluyendo *El viaje de Chihiro*, abordan una diversidad de temas, desde la crítica social hasta la recuperación de elementos culturales japoneses en peligro de desaparecer. El anime, en general, sirve como un medio potente para expresar los constantes cambios que experimenta el mundo industrializado, sin dejar de lado los principios establecidos en la estrategia Cool Japan. Con sus dinámicos ritmos narrativos, estas películas reflejan el constante flujo y reflujo de la sociedad actual, a menudo explorando la crisis de identidad, un tema recurrente, pero no único de la filmografía de Miyazaki (Czajkowski, 2021).

La representación de la comida japonesa en *El viaje de Chihiro*

En esta cinta, la comida juega un papel muy importante tanto como motor del argumento como un elemento crucial para la construcción del mundo en donde se desarrolla la historia.

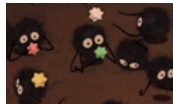
Ejemplos de lo primero son, primordialmente, las escenas de los banquetes de los padres de Chihiro y el ofrecido al Sin Cara más adelante en la historia. Dichas escenas tienen un gran significado dentro y fuera del filme. Por el lado de nuestra realidad, los padres de Chihiro siendo convertidos en cerdos por comer de un misterioso banquete se trata de un simbolismo que representa una etapa oscura poco conocida de Japón: la burbuja financiera de 1980 que precedió a la caída de la bolsa nipona en 1991. Esto se corroboró gracias a la respuesta de un empleado de Studio Ghibli a un fanático de la cinta en redes, donde el primero aseguraba que Hideo Miyazaki se inspiró y retrató de forma acorde a la historia del filme lo ocurrido en aquellos años, como un recordatorio de los estragos que acarrea la gula y la avaricia sin fondo (Bennett, 2016).

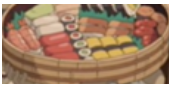
No obstante, dentro de la historia de la película, el banquete y posterior transformación de los padres de Chihiro presenta los cimientos del argumento que dirigirá a la protagonista por un mundo del que desconoce sus reglas y al que no es bienvenida en primera instancia. La comida aquí es usada como objeto de tentación, que al caer por él obliga a los padres a pagar con su humanidad.

Asimismo, la comida también se utiliza como confort y para demostrar cercanía entre los personajes. Por ejemplo, cuando Chihiro conoce a las pequeñas criaturas encargadas de mantener el fuego de las calderas y les acompaña en su descanso, donde una trabajadora les entrega pequeños dulces coloridos que ellos reciben con alegría, y a Kamaji, el esclavo de las calderas, le proporciona un gran tazón de arroz coronado con camarones fritos en tempura. Inclusive, en los momentos donde a la protagonista le es obsequiada comida, la carga emocional de la escena adquiere un tono más familiar y cercano, siendo más notorio en la interacción entre Haku y Chihiro donde el primero le entrega onigiris para hacerla sentir mejor al confrontar lo sucedido con sus padres. Aquí, la comida pasa a ser símbolo de relajación y júbilo.

Más tarde en la historia, cuando los trabajadores de la casa de baño sirven al Sin Cara, éstos presentan ante él gran variedad de platillos, entre los que figuran variedades de sushi, pescados, carnes de varios animales, guisos, estofados y postres por igual. Es un festín opulento, que contrasta con los humildes platos antes vistos en el largometraje. En este escenario, la comida se convierte en la moneda de cambio de los empleados para obtener el favor del Sin Cara y, en última instancia, su oro. Es decir, la comida se vuelve el medio para satisfacer la avaricia.

A continuación, se presentarán algunos hitos culinarios vistos en la película, en conjunto con el platillo en el que se inspiran e información acerca del mismo.

Imagen en la cinta	Referencia	Nombre	Características	Forma de degustarse
 Escena: Los empleados ofrecen un banquete al Sin Cara. Minuto 71.		Nishime (煮しめ)	Estofado de verduras con champiñones y konnyaku, un ingrediente gelatinoso sin calorías y mucha fibra. Común en celebraciones de Año Nuevo (Tofugu, 2023).	Tradicionalmente, se utilizan palillos.
 Escena: Lin alimenta a los trabajadores de las calderas. Minuto 28.		Konpeito (コンペイトー)	Pequeños dulces de azúcar con colorante. Llegaron a Japón de mano de los portugueses. Son muy sencillos de hallar, pero en su tiempo se consideraban un postre muy elegante (Tofugu, 2023).	Se consume a modo de bocadillo, utilizando las manos.
 Escena: Chihiro y Lin conversan antes de dormir. Minuto 66.		Anman (あんまん)	Bollo cocido al vapor relleno de pasta de frijoles dulces. Llegó al país de parte de China, es un postre común de ver en tiendas. En la película se utiliza como gesto para animar a la protagonista (Tofugu, 2023).	Se consume a modo de bocadillo, utilizando las manos.
 Escena: Los empleados ofrecen un banquete al Sin Cara. Minuto 71		Castella (カステラ)	Un pastel esponjoso de colores característico. Es un platillo introducido por los portugueses y adoptado por los nipones. En la actualidad se hallan variantes como el castella de chocolate o de té verde (Tofugu, 2023).	Se consume utilizando las manos.
 Escena: Los empleados ofrecen un banquete al Sin Cara. Minuto 71.		Maze gohan (混ぜご飯)	Arroz blanco con guisantes verdes. Es un platillo sencillo utilizado como guarnición. Existe una variante que utiliza champiñones matsutake, que suelen ser caros (Tofugu, 2023).	Tradicionalmente, se utilizan palillos.

 Escena: Los empleados ofrecen un banquete al Sin Cara. Minuto 71.		Katsu (カツ)	Tiras de pollo o cerdo frito en tempura y panko. Es un platillo emblemático de la comida callejera, usualmente se acompaña con una salsa similar a la Worcester (Tofugu, 2023).	Tradicionalmente, se utilizan palillos.
 Escena: Los empleados ofrecen un banquete al Sin Cara. Minuto 71.		Sushi (寿司)	Arroz avinagrado, servido en rollos con distintos rellenos (makizushi) o como una pequeña base sobre la cual se coloca un corte de pescado (nigirizushi) (Tofugu, 2023).	Tradicionalmente, se utilizan palillos. No obstante, en contextos más informales se permite usar las manos para degustar el nigirizushi.
 Escena: Los empleados ofrecen un banquete al Sin Cara. Minuto 71.		Ikameshi (イカ飯)	Delicia proveniente de Hokkaido. Se trata de calamares cocidos rellenos de arroz bañado en salsa de soya. Hay distintas versiones de su origen. Una se remonta a la Segunda Guerra Mundial, cuando el calamar abundó, obligando a la población a utilizarlo en sus preparaciones (Tofugu, 2023).	Tradicionalmente, se utilizan palillos.
 Escena: Los empleados ofrecen un banquete al Sin Cara. Minuto 71.		Ishi yaki-imo (石焼き芋)	Papa dulce cocida lentamente en piedras calientes. Son bocadillos típicos de otoño en Japón, sus vendedores se caracterizan por el sonido que emiten sus carros (Tofugu, 2023).	Se consume a modo de bocadillo, utilizando las manos.
 Escena: Haku reconforta a Chihiro. Minuto 48.		Onigiri (おにぎり)	Consiste en bolsas de arroz regularmente rellenas, ya sea de pasta de frijoles dulces o atún y mayonesa. Su forma triangular y el uso de alga nori son característicos. Datan de la era Heian (794 d.C. – 1185), son aperitivos fáciles de preparar y se venden en mini mercados.	Se consume a modo de bocadillo, utilizando las manos.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Conclusión

La influencia de la animación japonesa, particularmente a través de sus célebres largometrajes, ha sido un pilar fundamental en la difusión global de la cultura nipona. El cine, en su rol de puente cultural, trasciende el mero entretenimiento para narrar historias, evocar emociones y transportar audiencias a realidades diversas, fomentando la comprensión intercultural. En este contexto, la gastronomía japonesa ha logrado una expansión sin precedentes, pasando de ser un conocimiento local a un fenómeno universalmente apreciado, inspirando a generaciones a interesarse por los sabores e historias que guardan en cada uno de sus alimentos.

El viaje de Chihiro ejemplifica de manera sobresaliente cómo la animación puede catalizar el interés por la gastronomía. El meticuloso y apetitoso diseño de la comida, junto con su profundo significado narrativo y cultural, es clave para atraer la atención e interés del espectador. Desde el banquete que transforma a los padres de Chihiro, simbolizando los estragos de la gula y la avaricia, hasta los reconfortantes onigiri que le ofrece Haku, la comida es un elemento central que no solo impulsa la trama, sino que también genera una conexión emocional y cultural con la audiencia. Esta representación ha inspirado a innumerables espectadores a explorar la cocina japonesa en la vida real, dando origen a la popularidad de recetas recreadas por fans y experiencias culinarias inmersivas, como las ofrecidas en Jiufen, Taiwán. Así, la película demuestra el poder del anime para trascender la pantalla, arraigándose en el imaginario colectivo y fomentando una interacción tangible con la cultura japonesa.

Bibliografía

Bennett, C. (2016). Studio Ghibli explains why Chihiro's parents become pigs in Spirited Away. Daily Dot. <https://www.dailydot.com/parsec/spirited-away-meaning-studio-ghibli/>

Chaisatit, N. (2022). El anime japonés y su influencia en el entorno turístico a partir de 2006, los casos de México y Tailandia. Tesis de Doctorado en Relaciones Transpacíficas, Facultad de Economía, Universidad de Colima.

Czajkowski, M. (2021). "Mi vecino Totoro" y "El viaje de Chihiro", las obras maestras de Miyazaki. Bacap. <https://bacap.com.ar/2021/05/22/mi-vecino-totoro-y-el-viaje-de-chihiro-las-obras-maestras-de-miyazaki/>

Eldrige, S. (2025). Spirited Away. Britannica. <https://www.britannica.com/topic/Spirited-Away>

Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24(1), 4-16.

Goldberg, E. (2018). Ahora puedes comer toda la comida de «El viaje de Chihiro» en este pueblo taiwanés. VICE. <https://www.vice.com/es/article/comer-toda-comida-viaje-de-chihiro-pueblo-tailandes/>

Jenner, S. (2024). The Culinary Magic of Studio Ghibli Food: Bringing Anime Food to Life. Japan Nakama. https://www.japannakama.co.uk/anime/deep-dives/the-culinary-magic-of-studio-ghibli-food/?srsltid=AfmBOooWTXrIQHPyyqsykoMo9lQKT9zhZjm7pMokS-Yob9oi_eRn2l5cD

Merino, O, y García, J. (2022). Alfredo Joskowicz: una vida para el cine. Escuela Nacional de Artes Cinematográficas.

Pérez, H. (2025). La influencia cultural en el lenguaje visual en documentales. Cinematographer. <https://hernan-perez.com/influencia-cultural-en-el-lenguaje-visual-en-documentales/>

Thomson, J. (2021). The philosophy and magic of Hayao Miyazaki's Studio Ghibli. Big Think. <https://bigthink.com/high-culture/studio-ghibli/>

Tobi, J. (2024). Beyond sushi: a deeper dive into Japanese street food and culture. SJMC JAPAN. <https://sjmcjapan.com/tokyo/beyond-sushi-a-deeper-dive-into-japanese-street-food-and-culture/>

Tofugu. (2023). Spirited Away: It's for the Foodies. Cook it, Eat it, Watch it. Tofugu. <https://www.tofugu.com/japan/spirited-away-food/>

Villarreal, H. (2006). La cinematografía como industria de identidades. *Revista Digital Universitaria*, 7(9), 3-9.