

*Marketing experiencial en la gastronomía de Singapur: una mezcla de innovación desde los recuerdos, amor y tradición familiar en *Ramen teh**

Jorge Ricardo Vásquez Sánchez

Introducción

En el cruce de tradiciones ancestrales y narrativas emocionales, surge una fusión artística que trasciende la pantalla para convertirse en una experiencia multisensorial. Este capítulo adentra al lector en una travesía que entrelaza las sutilezas del *marketing* experiencial con los valores familiares, la herencia cultural y el amor a través de la película *Ramen teh*; en español *Una receta familiar, recuerdos, amores y fideos* y *Ramen teh* en chino (情牽拉麵茶), film que muestra el vínculo que existe entre la gastronomía y las emociones.

Una receta familiar, recuerdos, amores y fideos (en lo sucesivo *Ramen teh*) se estrenó en el Festival Internacional de Cine de Berlín en la sección Culinary Cinema, el 23 de febrero de 2018, antes de cautivar al público en Singapur el 29 de marzo del mismo año. Dirigida por Eric Khoo, esta obra cinematográfica presenta la esencia del *marketing* experiencial, demostrando cómo una historia que explora valores familiares y amor puede desencadenarse en una experiencia que va más allá de la pantalla.

La narrativa se despliega a través de la vida de Masato, interpretado por Takumi Saito, quien personifica la unión de dos culturas, la japonesa y la singaporense. Sus anhelos, impulsados por la repentina partida de un padre distante emocionalmente, lo conducen hacia un cuaderno rojo lleno de reflexiones y fotografías dejado por su madre singaporense; un registro de recetas familiares, tradiciones y la historia de amor que une dos mundos dispares.

Las calles de Singapur y los parajes de Takasaki, Japón, se convierten en los escenarios en los que la película cobra vida. La fotografía principal comenzó en julio de 2017 en Singapur, con momentos recurrentes filmados en el Templo Jigen-in, coronando la cima del monte Kannonyama en Takasaki. La majestuosa estatua de la diosa de la misericordia, Byakue Dai-Kannon (白衣大観音), envuelve las escenas con una atmósfera de contemplación y conexión con el pasado.

Las influencias gastronómicas también se tejieron en la esencia gastronómica de la película. El chef japonés Keisuke Takeda y el bloguero gastronómico de Singapur, el Dr. Leslie Tay, aportaron su experiencia para enriquecer las escenas culinarias del filme, elevando la autenticidad de cada plato presentado en la pantalla.

Es en este entramado que el *marketing* experiencial se presenta como el hilo conductor que une la historia de Masato con los paladares de quienes se aventuran en el mundo de *Ramen teh*. Más que una simple casualidad, esta unión emocional se construye con meticulosa intención.

En este capítulo se explora cómo las estrategias de comunicación y *marketing* se entretajan con los valores familiares, la tradición y el amor, forjando una experiencia que va más allá de la mera adquisición de un producto o servicio; por lo que la película *Ramen teh* se convierte en un ejemplo de cómo la gastronomía puede ser un puente entre generaciones, culturas y corazones.

Así, a lo largo de la película se vive un viaje culinario y emocional, donde cada plato y aroma son una pista de los recuerdos, y cada bocado una oportunidad de reconciliación y conexión. Desde los fuegos de la cocina hasta las pantallas del cine, la tradición familiar se entrelaza con las innovadoras estrategias de *marketing*, demostrando que, en última instancia, el amor por la comida y la herencia cultural pueden cocinar un festín de experiencias que nutren tanto el cuerpo como el alma.

Marketing experiencial: fundamentos y enfoques

El *marketing* experiencial se constituye como una filosofía estratégica que va más allá de la mera transacción comercial, buscando establecer conexiones emocionales entre la marca y el consumidor (Pine y Gilmore, 1998). En una era en que las y los consumidores anhelan experiencias auténticas y significativas, este *marketing* se convierte en un enfoque vital para cautivar y retener la lealtad del cliente (Schmitt, 2006).

Pine y Gilmore (1998) sostienen que el *marketing* experiencial es una respuesta a la creciente demanda de experiencias memorables y enriquecedoras en lugar de meros productos o servicios por parte de las y los consumidores. Esta perspectiva busca transformar cada punto de contacto entre la marca y el consumo en una experiencia inmersiva que atraiga los sentidos, las emociones y las aspiraciones individuales. De manera similar, Schmitt (2006) agrega que se sustenta en la creación de experiencias auténticas y coherentes que resuenen con los valores y las emociones de la persona. Estas experiencias deben ser meticulosamente diseñadas y ejecutadas en consonancia con las estrategias de comunicación integral del *marketing*, incluyendo publicidad, relaciones públicas y promoción.

La película *Ramen teh* integra estas teorías en su trama y narrativa, pues el proceso de *marketing* experiencial se convierte en un catalizador que transforma la película en una experiencia inmersiva y multisensorial; la conexión emocional que se forja entre el espectador y la película es el resultado de una cuidadosa planificación y ejecución de estrategias diseñadas para crear una unión profunda y duradera (Schmitt, 2006).

Asimismo, el *marketing* experiencial no se limita a una transacción comercial pasajera, su objetivo es que la persona se sienta parte integral de la experiencia, desarrollando una relación más profunda con la marca (Pine y Gilmore, 1998). En el caso de *Ramen teh*, esta sensación de pertenencia se magnifica a medida que el público es inmerso en las tradiciones familiares, los recuerdos y los sabores compartidos, permitiendo que quien ve la película participe activamente en la construcción de significado y conexión emocional.

En una investigación realizada por O'Cass y McEwen (2004), se destaca la importancia del *marketing* experiencial en la creación de vínculos emocionales con las personas. El estudio señala que las experiencias enriquecedoras generadas por este tipo de *marketing* tienen un impacto significativo en la lealtad del cliente y en la percepción positiva de la marca, lo que respalda el argumento de que *Ramen teh* utiliza estratégicamente estas herramientas para involucrar emocionalmente al público y construir conexiones arraigadas en valores familiares y amor.

En suma, el filme ilustra de manera ejemplar los principios del *marketing* experiencial al transformar una historia en una experiencia emocionalmente resonante. A través de la lente se revela cómo los sabores y las emociones se mezclan en el tiempo y el espacio para dejar una impresión duradera en la mente y el corazón del público (Pine y Gilmore, 1998).

Ramen teh: un vínculo entre dos culturas

Ramen teh trasciende su función como mera narrativa cinematográfica para convertirse en un puente entre dos culturas unidas por lazos históricos y familiares, por medio de las tradiciones culinarias y valores familiares; la película refleja cómo el pasado y el presente se conectan en un viaje de reconciliación y conexión. A continuación, se explora cómo *Ramen teh* actúa como un espejo en el que se reflejan momentos históricos reales, contrapuestos con la travesía de sus personajes.

La película tiene como trasfondo la Segunda Guerra Mundial, período histórico que dejó cicatrices en las historias colectivas de Singapur y Japón. Durante la ocupación japonesa en el referido país, las experiencias de represión y sufrimiento dejaron una huella imborrable en la memoria de la población (Yap, 2011; Tsang, 2013). Los eventos traumáticos de la Batalla de Singapur, que culminaron en la rendición de la fortaleza británica ante las fuerzas japonesas, se convirtieron en un punto de inflexión histórico (Smith, 2008; Hutton, 2011). Esta etapa oscura se refleja en la película a través de la abuela del protagonista, quien es una superviviente de la ocupación y carga consigo el peso del pasado.

La conexión entre la película y estos hechos históricos se manifiesta en la trama, ya que la abuela del protagonista experimentó en carne propia el sufrimiento durante la ocupación japonesa en Singapur. Su resentimiento hacia los invasores y su aversión a la relación de su hija con un japonés encarnan los conflictos arraigados en el pasado (Smith, 2008; Hutton, 2011). Esta tensión es crucial para entender cómo *Ramen teh* se convierte en un espacio para la reconciliación intergeneracional y la superación de barreras culturales.

En el entrelazamiento de los momentos históricos reales y la narrativa de la película, se revela la batalla entre la memoria histórica y la capacidad de perdonar. La película actúa como un recordatorio vivo de la batalla de Singapur y su impacto en la psique colectiva (Smith, 2008; Hutton, 2011), sin embargo, también abre una ventana a la posibilidad de reconciliación y perdón, a través del amor y la gastronomía compartida.

La batalla de Singapur y sus secuelas están presentes en cada escena de *Ramen teh*, como una sombra que sobrevuela la relación entre las dos culturas representadas, un recordatorio de que las heridas del pasado pueden sanar con el tiempo y con la voluntad de comprender y perdonar (Yap, 2011; Tsang, 2013). Masato encarna esta transformación personal y cultural, ya que el acto de explorar las raíces de su madre singapurense y unirse por medio de la cocina revela la posibilidad de superar las divisiones impuestas por la historia.

Por lo anterior, *Ramen teh* sirve como un testimonio de la memoria colectiva y un catalizador para la reconciliación y el entendimiento mutuo; a medida que se conocen las conexiones entre el pasado y el presente, se descubre cómo la historia puede tejerse en las fibras mismas de la experiencia culinaria y emocional.

Innovación desde la herencia familiar en la gastronomía

La gastronomía es un lenguaje universal que trasciende barreras lingüísticas y culturales, y en *Ramen teh* este lenguaje se convierte en un medio para transmitir no sólo sabores y aromas, sino también emociones, memorias y tradiciones arraigadas en las familias.

La película ejemplifica el concepto de *marketing* experiencial al aplicar la sensorialidad en la gastronomía, brindando a las y los espectadores una experiencia multisensorial que va más allá de la pantalla.

La película incorpora una serie de platillos tradicionales de Singapur, como el *chilli crab*, el arroz con pollo al estilo Hainanese, el *fish head curry* y el *Bak-Kuh-Teh*, para narrar la historia de la familia y la cultura. Estos platillos no sólo son alimentos, sino portadores de identidad, historias y conexiones intergeneracionales; a través de los colores vivos, las texturas y los olores embriagadores, el filme logra transmitir la esencia misma de la gastronomía singapurense (Tuan, 2016).

El *chilli crab*, por ejemplo, es más que un manjar culinario, es un símbolo de la identidad marítima de Singapur y su diversidad cultural (Lim, 2016). La película muestra cómo este platillo picante y sabroso une a los personajes, reflejando la complejidad de las relaciones humanas y la importancia de la comunión a través de la mesa.

El arroz con pollo al estilo Hainanese, otro plato destacado, es un testimonio de la influencia china en la gastronomía singapurense, y en *Ramen teh* se presenta como una fusión de tradiciones culinarias, donde los inmigrantes chinos adaptaron su receta ancestral para crear una versión única en Singapur (Tony, 2016). La adaptación culinaria se convierte en una metáfora de cómo las familias y las culturas evolucionan con el tiempo y el entorno, sin perder su esencia.

El *fish head curry*, por su parte, demuestra cómo la creatividad culinaria puede unir ingredientes dispares para crear algo nuevo, pues en la película este plato icónico fusiona sabores asiáticos intensos en una combinación sorprendente (VisitSingapore.com, 2023). La historia detrás de su creación, en la década de 1940, se entrelaza con la narrativa de *Ramen teh*, resaltando la capacidad de la gastronomía para generar conversaciones transculturales.

El *Bak-Kuh-Teh*, protagonista central de la película, ilustra cómo las recetas familiares pueden perdurar a través de los años y las fronteras; de tal manera, la tradición culinaria se convierte en un vínculo que une a Masato con la historia de su familia en Singapur. La meticulosa preparación del *Bak-Kuh-Teh* refleja la dedicación y el

amor presentes en cada bocado, y la película captura este proceso con una precisión que despierta los sentidos del espectador sumergiéndole en cada etapa, desde la selección de las costillas de cerdo hasta la lenta cocción de los ingredientes como la pimienta negra y el ajo viejo, sumado al acto de compartir la comida con seres queridos, todo lo cual contribuye a forjar una experiencia que trasciende lo sensorial.

El *Bak-Kuh-Teh*, cuya traducción literal es “caldo de hueso”, es más que un plato; es una herencia familiar que trasciende generaciones. La película pone de relieve que este platillo es un lazo que conecta al protagonista Masato con su tío, su abuela y, en última instancia, con la historia de su familia en Singapur; a medida que éste aprende las técnicas y secretos de la preparación del *Bak-Kuh-Teh*, se inicia una transferencia de conocimiento y tradición que va más allá de la mera enseñanza culinaria.

La película ilustra cómo cada paso en la preparación del *Bak-Kuh-Teh* tiene un significado más profundo, por la meticulosa selección de las costillas frescas, y la lenta cocción con ingredientes. En una escena emotiva, donde Masato aprende a preparar el *Bak-Kuh-Teh* de su tío, es un momento culminante donde el sabor se mezcla con la memoria y la conexión familiar, forjando una conexión profunda con su herencia: “... después de comer sus alimentos, los clientes tomaban té con sus amigos [...], entonces la comida no sólo ayudaba a llenar tu estómago, sino también te ayudaba a unirte con tus amigos” (Khoo, 2018), le expresó su tío Ah Wee durante la escena; acción que lleva a reflexionar que, acorde con la cultura singapurense, la comida se convierte en un medio para la construcción de relaciones sociales, resaltando cómo la gastronomía no sólo se trata de comida, sino también de comunión y conexión entre las personas.

Ramen teh trasciende las pantallas al mostrar un lazo emocional y cultural entre dos naciones históricamente entrelazadas, Singapur y Japón, ya que la trama a la par de sumergirse en la historia personal de Masato, también refleja los acontecimientos históricos y sociales que han dado forma a las relaciones entre estos dos países. El filme se convierte en una ventana a los momentos reales de la historia, donde la realidad y la ficción convergen para formar un tejido narrativo que une el pasado y el presente, donde la comida, como se observó con la elaboración de uno de los platillos emblemá-

ticos (*Bak-Kuh-Teh*), es un vehículo para explorar la conexión entre la gastronomía, la herencia familiar y la cultura. El *Bak-Kuh-Teh* es más que una delicia culinaria, es también un reflejo de la tradición, la transmisión de conocimiento y la construcción de relaciones humanas.

Reconciliación a través del sabor: superando diferencias históricas

El conflicto histórico entre Japón y Singapur se proyecta como una sombra en la película, toda vez que la ocupación japonesa dejó cicatrices profundas en la memoria colectiva, y la abuela de Masato personifica esta herida. Sin embargo, *Ramen teh* muestra cómo la comida actúa como un agente de reconciliación, abriendo un diálogo emocional y superando las barreras del pasado.

En la película se contextualiza cuidadosamente el conflicto histórico, destacando las tensiones que persisten entre las dos naciones. La ocupación japonesa de Singapur durante la Segunda Guerra Mundial es un capítulo oscuro en la historia de ambas naciones, ya que dejó dolor y resentimiento. Esta historia subyacente se convierte en un factor influyente en la narrativa, afectando a personajes como la abuela de Masato, quien, como se establece, vivió esos tiempos tumultuosos. La abuela es un recordatorio viviente de las heridas del pasado, y su resistencia a la cultura japonesa refleja las barreras emocionales que enfrenta Masato.

No obstante, la película ilustra cómo la gastronomía tiene el poder de superar las divisiones históricas y culturales, pues a medida que Masato explora su herencia singapurense a través de la cocina, se embarca en un viaje personal hacia la reconciliación y la comprensión mutua; su travesía en Singapur es simbólica, ya que representa un intento de conectar con sus raíces y superar las diferencias que separan a las dos naciones.

El acto de cocinar y compartir alimentos se convierte en un catalizador de diálogo y sanación, ya que vemos cómo Masato, a través de su experiencia en Singapur acompañado de su crecimiento en Japón, descubre la belleza de la comida como un lenguaje que trasciende las palabras y las diferencias culturales. La escena en la

que Masato cocina su fusión cultural en el *ramen* (Japón) y el *Bak-Kuh-Teh* (Singapur) para la reconciliación con su abuela materna es un punto culminante, ya que representa la fusión de sus identidades y la superación de las barreras emocionales del pasado. A través de la preparación y el consumo de alimentos se establece una conexión emocional que va más allá de las diferencias históricas y une a las dos generaciones. La comida actúa como un recordatorio de la humanidad compartida, en donde las experiencias y los sabores pueden superar las barreras del tiempo y la historia. La abuela, inicialmente reticente, se permite sentir y conectarse por medio de los sabores familiares que Masato le presenta; esa escena es un ejemplo de cómo la comida abre diálogos emocionales, permitiendo la expresión de sentimientos que han estado atrapados en la memoria.

Asimismo, *Ramen teh* destaca la idea de que la comida es una forma de comunicación que trasciende las palabras, mostrando cómo los personajes encuentran dificultades para expresar sus emociones y experiencias traumáticas directamente por no compartir Masato el mismo idioma que su abuela. Sin embargo, la comida se convierte en un medio a través del cual pueden compartir y comprenderse mutuamente. Los platillos elaborados por Masato se convierten en una lengua franca, una forma de comunicación que no requiere traducción ni explicación, este concepto se alinea con la noción de que la comida puede funcionar como un lenguaje universal, capaz de crear puentes entre distintas culturas.

El plato creado por Masato da nombre a la película *Ramen teh* y en sí mismo se convierte en un símbolo de reconciliación. La película muestra cómo se fusionan los sabores singapurenses y japoneses en un plato único, reflejando la idea de que la reconciliación no significa borrar las diferencias, sino encontrar una armonía en la diversidad, y el proceso de crear este plato es una metáfora de la reconciliación más amplia entre las dos naciones, unificando lo más importante, la familia, los valores, la cultura y el amor.

Estrategias narrativas y audiovisuales

Ramen teh destaca por su habilidad para emplear estrategias narrativas y audiovisuales con el fin de crear una experiencia cinematográfica inmersiva y emocional, estas estrategias, además de servir para contar una historia, también juegan un papel fundamental en la aplicación del *marketing* experiencial, especialmente por medio del *marketing* sensorial y emocional. La película utiliza elementos visuales y simbólicos para generar una conexión entre la narrativa y el público, logrando así un lazo emocional que va más allá de la pantalla.

El mencionado cuaderno rojo es un ejemplo palpable de cómo *Ramen teh* aplica estrategias de *marketing* sensorial y emocional, este objeto se convierte en un símbolo poderoso que conecta el pasado con el presente, evocando emociones y memorias asociadas con la gastronomía familiar, al ser el diario de la mamá de Masato. El cuaderno no sólo es un recurso visual, sino también táctil, ya que Masato lo maneja y lee las recetas y anotaciones. El tacto de las páginas y la delicadeza del objeto crean una conexión física entre el espectador y la historia, desencadenando una respuesta emocional profunda. Esto es coherente con la teoría del *marketing* sensorial, que postula que estimular los sentidos puede mejorar la conexión entre el consumidor y un producto o experiencia (Hultén et al., 2009). La película utiliza este enfoque para intensificar la inmersión emocional del público en la trama.

La paleta de colores y las imágenes en tonos pastel que se perciben en la película, también desempeñan un papel crucial en el *marketing* emocional, estos colores suaves y evocadores generan una sensación de calidez y nostalgia, lo que a su vez despierta emociones y recuerdos personales en el público. *Ramen teh* explora temas universales como la familia, la tradición y la identidad, y los colores elegidos ayudan a comunicar estos temas de manera sutil pero efectiva. Todo esto va en consonancia con la teoría del *marketing* emocional, que enfatiza la importancia de evocar emociones para crear conexiones duraderas con los consumidores (Holbrook y Hirschman, 1982).

La narrativa no lineal es otro recurso que contribuye al *marketing* experiencial de la película, al entrelazar diferentes momentos en el tiempo, de esta manera *Ramen teh* permite que el público descubra gradualmente las conexiones entre los personajes y sus historias. Este enfoque narrativo impulsa la participación activa del espectador al generar curiosidad y anticipación, lo que está alineado con la teoría del *marketing* experiencial que destaca la importancia de la participación y la exploración en la creación de experiencias significativas (Schmitt, 1999).

Con lo anterior, se afirma que *Ramen teh* aprovecha estrategias narrativas y audiovisuales para crear una experiencia cinematográfica llena de contenido sensorial y emocional, mediante el uso del cuaderno rojo como símbolo tangible, la paleta de colores y las imágenes en tonos pastel, y la narrativa no lineal. Así, la película logra una conexión con el público, generando una experiencia inmersiva que va más allá de la narrativa convencional; estas estrategias, basadas en teorías del *marketing* sensorial y emocional, contribuyen al impacto duradero de la película en la audiencia.

La travesía de la familia: valores familiares en *Ramen teh*

En el contexto de la cultura asiática, la familia ocupa un lugar de suma importancia, y en *Ramen teh* esta noción se convierte en el eje central de la película. La relación entre Masato y su familia materna trasciende las barreras culturales y geográficas, fusionando los valores familiares arraigados tanto en Singapur como en Japón. A medida que la trama se desenvuelve, se revela cómo la comida y la cocina compartida actúan como un poderoso vínculo que une a la familia y permite la evolución de las relaciones intergeneracionales. La película ejemplifica cómo la gastronomía puede ser un lenguaje cultural que facilita la comunicación, la comprensión y la curación dentro de una familia diversa.

La relación de Masato con su familia materna se desarrolla a través de una serie de eventos culinarios y momentos compartidos alrededor de la mesa, la figura de la abuela se constituye como un puente entre el pasado y el presente, y por medio de las recetas

y técnicas culinarias transmitidas de generación en generación, se establece una conexión profunda que trasciende las diferencias culturales. La película muestra cómo por medio de la elaboración de los platillos se puede comunicar amor, cuidado y tradición, lo que refleja los valores familiares que la travesía de Masato une como conector de ambas culturas (Tan, 2014).

El proceso de aprendizaje de Masato también destaca la importancia de los valores familiares, a medida que el joven chef japonés aprende a preparar platillos singapurenses de su familia materna, experimenta una transformación interna. La película sugiere que la cocina compartida es una forma de comunicación emocional y espiritual que permite que las generaciones se conecten y sanen heridas emocionales y culturales.

La película aborda asimismo cómo la comida puede ser una herramienta para la curación intergeneracional, pero también interna, ya que Masato, a través de su viaje culinario y la conexión con su familia materna, encuentra una forma de reconciliarse con el pasado y reponerse de las heridas del conflicto histórico entre Japón y Singapur, ya que se percibe la manera en que la gastronomía actúa como un medio para la reconexión emocional y la comprensión mutua entre diferentes generaciones y culturas (Hultén et al., 2009), con énfasis en cómo los valores familiares pueden ser transmitidos a través de la comida, enriqueciendo las vidas de las personas y fortaleciendo los lazos entre culturas diversas.

Reflexiones finales: una propuesta de reconciliación cultural a través del *marketing* experiencial

Como se ha expresado en este capítulo, *Ramen teh* brinda una visión conmovedora de cómo el *marketing* experiencial por medio de la gastronomía puede servir como un vehículo para la reconciliación cultural. En esta película, la comida no es sólo un alimento, sino un medio para construir puentes entre dos naciones históricamente enlazadas. La trama revela que la historia y los valores familiares pueden convertirse en un terreno común donde las divisiones del pasado pueden ceder ante la posibilidad de un entendimiento mutuo. El enfoque del *marketing* experiencial en la película

va más allá de una simple transacción comercial, convirtiéndose en una experiencia compartida que supera barreras y fomenta la apertura hacia una comprensión más profunda.

Ramen teh demuestra que la gastronomía es una poderosa herramienta que puede derribar muros culturales y permitir la reconciliación, ilustrando cómo la comida, con su capacidad de evocar emociones y despertar recuerdos, puede actuar como un catalizador para la curación de heridas históricas y para la construcción de lazos entre culturas. Por medio de la narrativa visual y sensorial, la película invita a sumergirnos en una experiencia multisensorial que va más allá de la pantalla, generando una conexión emocional que resuena en lo más profundo.

Esta obra maestra culinaria y cinematográfica demuestra que la gastronomía trasciende lo meramente alimenticio y se convierte en una forma de comunicación cultural, reafirmando que la comida puede ser un lenguaje universal que todos compartimos, y que a través de ella podemos comprender, sanar y reconciliar diferencias que se originan en el pasado. La película invita a reconocer que cada bocado tiene el potencial de ser una experiencia compartida, un vehículo para la comprensión mutua y la unión entre personas y culturas diversas.

En conclusión, *Ramen teh* no es únicamente la historia de un joven que descubre su herencia a través de la cocina, también aborda las heridas históricas entre Japón y Singapur, haciéndonos reflexionar que la historia y los valores familiares pueden convertirse en un punto de encuentro entre diferentes culturas, y que el respeto por las tradiciones, la comprensión por el pasado y el amor de la familia, son los ingredientes principales para el perdón. Invita igualmente a considerar a la gastronomía como un medio para la reconciliación cultural, donde los recuerdos, el amor y la tradición familiar se fusionan en una experiencia sensorial y emocionalmente enriquecedora, convirtiéndose en el puente entre dos naciones que alguna vez estuvieron divididas, creando una narrativa de esperanza y unidad a través del sabor, el amor y la innovación con la creación del platillo que da nombre a la película.

Referencias

- Holbrook, M. B. y Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140. <https://doi.org/10.1086/208906>
- Hultén, B., Broweus, N. y Dijk, M. (2009). Sensory marketing: A literature review. En A. Krishna (Ed.), *Sensory marketing: Research on the sensuality of products* (pp. 3-26). Routledge.
- Hutton, W. (2011). Singapore and the Battle of Singapore. *Journal of the Australian War Memorial*, (40), 26-27.
- Khoo, E. (2018). *Ramen Têh* [Película]. Japón: Zhao Wei Films.
- Lim, D. (2016). *Chilli crab*. Infopedia. National Library Board. https://resources.nlb.gov.sg/infopedia/articles/SIP_1112_2011-06-17.html
- O'Cass, A. y McEwen, H. (2004). Exploring consumer status and conspicuous consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 4(1), 25-39. <https://doi.org/10.1002/cb.155>
- Pine, B. J.-y Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105. <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>
- Schmitt, B. H. (2006). *Customer experience management: A revolutionary approach to connecting with your customers*. John Wiley & Sons.
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 53-67.
- Smith, R. (2008). Singapore's belated reckoning with its wartime past. *Critical Asian Studies*, 40(1), 11-32.
- Tan, E. K. H. (2014). Chewing over change: The evolving role of food in postcolonial Singapore. *Food, Culture & Society*, 17(4), 533-552. <https://doi.org/10.2752/175174414X13989582098652>
- Tuan, Y. (2016). Sensoriality and Culinary Aesthetics: The Experience of Eating the Singaporean Chilli Crab. *Food, Culture & Society*, 19(2), 301-318. <https://doi.org/10.1080/15528014.2016.1121602>
- Tony. (2016, April 2). Hainanese Chicken Rice. *Guiadesingapur.com*. <https://www.guiadesingapur.com/hainanese-chicken-rice/>
- Tsang, S. (2013). *Singapore. A Biography*. Editions Didier Millet.
- VisitSingapore.com (2023). *Fish Head Curry*. https://www.visitsingapore.com/en_my/see-do-singapore/food-drinks/local-dishes/fish-head-curry.html
- Yap, B. (2011). *Battle for Singapore: The true story of the greatest catastrophe of World War II*. Marshall Cavendish International Asia Pte Ltd.