

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE

FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ



Obor: Cestovní ruch a regionální rozvoj

Peruánská gastronomie

(bakalářská práce)

Autor: Petra Bočková

Vedoucí práce: Ing. Lena Mlejnková

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Peruánská gastronomie vypracovala samostatně a vyznačila jsem všechny citace z pramenů.

V Praze dne 5. 5. 2014

.....

podpis studenta

Poděkování:

Ráda bych poděkovala Ing. Leně Mlejnkové za užitečné rady a pozitivní přístup během spolupráce na tvorbě této bakalářské práce.

Obsah

Úvod	1
1 Gastronomie a cestovní ruch	4
1.1 Definice a obsah pojmu gastronomie	4
1.2 Vztah mezi cestovním ruchem a gastronomií	6
1.2.1 Cestovní ruch	6
1.2.2 Postavení gastronomických služeb v cestovním ruchu.....	7
1.3 Význam gastronomie v národních kulturách	9
1.4 Gastronomický cestovní ruch.....	10
1.4.1 Gastronomické motivy spojené s cestovním ruchem	13
1.4.2 Stravovací zařízení gastronomického cestovního ruchu.....	14
2 Charakteristika lokality z hlediska významu pro cestovní ruch.....	16
2.1 Reálie a geografie Peru	16
2.2 Historie Peru.....	17
2.3 Peru a cestovní ruch	18
2.3.1 Rozvoj cestovního ruchu Peru	19
2.3.2 Návštěvníci a jejich národnosti.....	21
2.3.3 Formy cestovního ruchu	22
2.3.4 Cestovní ruch a propagace	24
3 Regiony Peru a jejich typická gastronomie.....	25
3.1 Rozdíly mezi regiony Peru.....	25
3.1.1 Přírodní podmínky	25
3.1.2 Obyvatelstvo regionů	26
3.2 Peruánská gastronomie.....	28

3.2.1	Národní identita a Gastón Acurio	29
3.2.2	Gastronomický cestovní ruch Peru	31
3.3	Pobřeží – costa	33
3.4	Vnitrozemí – sierra.....	36
3.5	Džungle – selva	37
4	Svátky, slavnosti a festivaly spojené s gastronomií	39
4.1	Nejdůležitější svátky, slavnosti a sváteční pokrmy.....	39
4.2	Gastronomie tradičních festivalů	42
4.3	Novodobé gastronomické festivaly.....	43
4.3.1	Mistura	43
4.3.2	Perú, mucho gusto.....	44
4.3.3	Festisabores.....	45
	Shrnutí	45
	Závěr	47
	Seznam použitých zdrojů	48
1/	Seznam publikací.....	48
2/	Periodika	49
3/	Ostatní tištěné zdroje	49
4/	Internetové zdroje	49
	Seznam tabulek.....	52
	Seznam obrázků a grafů.....	52
	Seznam příloh	53

Úvod

Peru, latinsko-americká země mnoha kontrastů, je jednou z turisty nejvyhledávanějších zemí Jižní Ameriky. Největším turistickým lákadlem jsou ruiny inckého města Machu Picchu, které jsou zároveň jedním ze symbolů země a v roce 2007 byly na základě celosvětového hlasování zařazeny mezi sedm nových divů světa. Podle Apegy, peruánské organizace pro gastronomii, není ovšem pouze tato pamětihodnost nadnárodního významu zdrojem národní hrdosti Peruánců. Podle výzkumu z roku 2012 je to právě gastronomie, která budí v Peruáncích čím dál tím větší pocity hrdosti a sounáležitosti. Díky rozvoji gastronomie je stále více poukazováno na přírodní i kulturní rozmanitost země, zároveň se kromě pocitu národní hrdosti posiluje také národní identita Peruánců ze všech regionů země. To je pro Peru velmi důležité, protože právě zmíněná rozmanitost a kontrasty byly a stále ještě jsou zdrojem společensko-ekonomických problémů a také bariérou růstu, který můžeme v současnosti pozorovat na celém kontinentu. Nejsou to jen naprosto rozdílné klimatické podmínky mezi třemi přírodními regiony Peru – regionem pobřeží (costa), vnitrozemí (sierra) a džungle (selva). Jsou to také konflikty dané historickým vývojem, kdy po příchodu kolonistů do země začalo docházet k útlaku původních indiánských obyvatel, ale také rasové nepokoje související s masovou imigrací do země během 19. a 20. století a vznikem společnosti mnoha ras a kultur.

Gastronomie země je obrazem jejího historického vývoje, a to je právě důvod, proč je oním sjednocovacím prvkem mezi skupinami obyvatel žijícími v zcela odlišných přírodních i ekonomických podmínkách. Gastronomický boom probíhá přibližně od přelomu milénia. Umožnil návrat tradičních receptů a postupů, zachovaných převážně v horských indiánských vesnicích, zpět do vyspělých měst peruánského pobřeží. Také díky kulinářskému národnímu buditeli, Gastónovi Acuriovi, si tak i příslušníci smetánky hlavního města Limy uvědomili, že s oněmi indiány provozujícími stále tradiční rituály a hovořícími svými vlastními jazyky, mají přeci jen něco společného – a to právě společnou gastronomii. Gastronomii plnou skvělých původních inckých receptů s vlivy kuchyně asijské, africké, italské, francouzské, španělské či indické.

Navzdory tomu, že peruánská gastronomie získala již mnohokrát významná ocenění (naposledy v roce 2013 cenu World Travel Awards jakožto nejlepší gastronomická destinace světa), obzvlášť v Evropě není příliš rozšířeno povědomí o její kvalitě. Většina

Evropanů ji rozhodně nezařadí mezi nejlepší světové kuchyně, jako například francouzskou, indickou či mexickou. To může být důsledek nedostatku publikací v jiném než španělském jazyce, k nalezení není ani mnoho internetových článků či televizních pořadů zabývajících se Peru a jeho gastronomií.

Cílem práce je charakteristika kultury a gastronomie Peru jako specifické destinace cestovního ruchu. Mezi použité metody patří jednak metoda pozorování, tedy využití poznatků nabytých během dvouměsíčního pobytu v zemi. Další metodou je metoda analýzy, kdy jsou s využitím sekundárních zdrojů zhodnoceny vlivy a příčiny působící na rozvoj gastronomie. Teoretické závěry vyhledané v odborné literatuře jsou následně s využitím metody dedukce ověřeny za pomoci praktických znalostí.

První kapitola obsahuje vymezení nezbytných teoretických pojmů. Jde o pojmy z oblasti gastronomie, jako je *gourmet*, *gastronom*, *gurmán* či *haute cuisine*, a z oblasti cestovního ruchu, například *pohostinství*, *gastronomický cestovní ruch* či *kulinářský cestovní ruch*.

Nejpodstatnější informace o zemi, tedy o Peru, pak obsahuje druhá kapitola. Pro pochopení významu gastronomie pro zemi je zapotřebí nejen podat základní geografické údaje, ale také nejdůležitější historické souvislosti. Kapitola se věnuje také cestovnímu ruchu Peru, kromě klasických statistik a údajů o návštěvnicích obsahuje také podkapitulu o novém logu Peru, které je základem celé soudobé marketingové kampaně.

Samotné gastronomii Peru se již věnuje třetí kapitola s názvem *Regiony Peru a jejich typická gastronomie*. Jak již název napovídá, gastronomie zde není vysvětlována a popisována jako celek, ale samostatně pro každý ze tří přírodních regionů – *costa*, *sierra* a *selva*. Tato kapitola je nejdůležitější součástí práce, protože kromě informací o specifických pokrmech či nápojích se v ní nacházejí podkapitoly věnující se významu rozvoje gastronomického cestovního ruchu a s ním související národní identitou.

Poslední kapitola je výčtem jednotlivých svátků, slavností a festivalů, jejichž význam a průběh je v Peru s gastronomií vždy úzce provázán. Jedná se o události, jejichž prostřednictvím lze peruánskou gastronomii nejlépe poznat, ať už se návštěvník jakožto pozorovatel zúčastní tradičních oslav Velikonoc či gastronomických festivalů demonstrujících rozmanitost tamější kuchyně.

Oproti původnímu předpokladu nebyla do práce zahrnuta část věnující se peruánské gastronomii v České republice, neboť jediná peruánská restaurace (Casa Andina), která se v minulosti nacházela v Praze, byla po změně vlastníka přetvořena na restauraci thajskou. Co se týče nabídky cestovních kancelářích, zájezdy do Peru se u mnohých z nich vyskytují, jde ovšem o zájezdy převážně poznávací či dobrodružné, nikoliv specificky zaměřené na poznání gastronomie.

1 Gastronomie a cestovní ruch

Cestovní ruch je velmi dynamickým odvětvím, v jehož rámci je provozováno nesčetné množství služeb různého druhu. I přes jeho prudký rozvoj a stále viditelnější využívání moderních technologií však zůstávají tři druhy služeb těmi pro toto odvětví základními a nejdůležitějšími. Jedná se o služby stravovací, dopravní a ubytovací. Prostřednictvím stravovacích služeb poznávají návštěvníci gastronomii, tedy jednu z nejvýznamnějších součástí kulturního dědictví každé země. Proto je důležité pochopit vztah mezi gastronomií a cestovním ruchem, aby mohl být v cestovním ruchu využit potenciál, který pro něj gastronomie představuje.

1.1 Definice a obsah pojmu gastronomie

Protože je gastronomie stále rozvíjející se součástí národních i regionálních kultur, mění se s tímto rozvojem i její obsah. Jen v poslední době můžeme pozorovat rozličné tendence. Ačkoliv již několik desetiletí jsou mnohé oblasti kultury ovlivňovány globalizací a stíráním mezikulturních rozdílů, právě v gastronomii se dá říci, že tento trend pomalu upadá a místní kuchyně se opět vrací ke svým kořenům. Definice tohoto pojmu existuje nespočet. Například ve *Výkladovém slovníku cestovního ruchu* je gastronomie definována jako „*věda (a umění) zabývající se jídlem a nápoji, jejich přípravou, stolováním, úpravou pokrmů a jejich podáváním, stravovacími zvyklostmi a způsobem konzumace pokrmů a nápojů, poznatky o hodnotě a způsobech využití potravy o správné výživě*“. [Zelenka, J. – Pásková, M., 2002, str. 94]. Encyklopedie *Britannica* (2000) ji definuje jako: „*umění vybírání, připravování, servírování a vychutnávání si dobrého jídla*“. [Encyklopedia *Britannica*, 2002, str. 141]. Vyskytují se však také definice, které nepopisují gastronomii jako vědu nebo umění – *Výkladový slovník cestovního ruchu* nabízí alternativní definici gastronomie: „*Gastronomie je souhrn specifických znaků a způsobů přípravy jídel a nápojů na území státu a regionu (označuje se též jako kuchyně)*“. [Pásková, M. – Zelenka, J., 2002, str. 94]

Etymologie pojmu gastronomie je obecně přisuzována názvu básně francouzského právníka Josepha Berchoux, *Gastronomie* (1801). Pro znalce dobrého jídla a pití, ale v první řadě labužníka, je pak používán pojem **gurmán**, zatímco **gastronom** je

ten, který se zabývá teorií vědy a umění gastronomie. Když poté propojí teorii s praxí, stává se **gurmetem**¹, tedy znalcem a odborníkem, který staví kvalitu pokrmu nad velikost porce a je schopný ochutnávat, posuzovat a analyzovat pokrmy a nápoje.

Kořen slova je odvozen z řeckého nomos, znamenajícího „pravidla, která řídí“, což vedlo k představě, že labužníci jsou pouze ti, kteří se stále vracejí k **haute cuisine**² – kuchyně typická pro zařízení vysoké úrovně, gurmetské³ restaurace a luxusní hotely. Implicitní je také, že toto umění a věda přípravy dobrého jídla je omezeno na drahá a složitá jídla současně vyžadující stejně drahé stříbrné nádobí a porcelán. Ačkoliv se na první pohled zdá, že to tak vskutku je, nesmíme opomíjet aspekt gastronomie jakožto kulturního dědictví. Jako taková totiž přežívá již od 16. století, kdy došlo k jejímu rozvoji spíše na venkově, mezi prostými lidmi, kde se tradiční recepty předávaly z generace na generaci. V současné době totiž pozorujeme právě návrat k těmto originálním receptům a regionálním kuchyním, a to navzdory probíhající globalizaci. (Katz, S. – Weawer, W., 2003)

V průběhu let samozřejmě došlo k značným změnám ve významu pojmu gastronomie. Další význam slova nomos – suma znalostí konkrétního předmětu – naznačuje význam pojmu jakožto komplexní znalosti umění a vědy dobrého jídla a stravování. V tomto významu nejde tedy jen o zkrášlující a estetické rituály, jako spíše o pochopení různých způsobů vaření a výroby jídla. Pro současné gastronomy je tak nezbytností mít znalosti týkající se chemických a fyzikálních procesů přípravy jídel, historie, kulinářské antropologie, ale také přehled o celosvětovém gastronomickém vývoji. Měli by se také snažit porozumět zemědělství, akvakultuře a novým technologiím. Gastronomie je dnes však také spojena s přibývajícím množstvím diet, vzrůstající oblibou zdravého životního stylu a s ochranou životního prostředí. Gastronomové musí sledovat, jaké jsou v těchto oblastech trendy a následně se jim přizpůsobovat.

V současné době můžeme pozorovat sklon k zaměřování se přednostně na vzhled pokrmů. Gastronomie se stává obzvlášť uměním jakési „stylistické architektury“, a to na úkor chutí i vůní.

^{1,3} Slovo gourmet, gurmetský patří mezi výrazy z francouzštiny; znalec jídel a pokrmů, labužník. *Gourmet foods* – anglické nepřesné označení potravinářského zboží nejvyšší kvality, perfektní výrobky s krásnou prezentací.

² Haute cuisine- také výraz z francouzštiny, do češtiny překládáno jako vysoká nebo špičková kuchyně.

³ Viz vysvětlivka str. 1.

1.2 Vztah mezi cestovním ruchem a gastronomií

Poznávání nových národních či regionálních pokrmů a nápojů k cestovnímu ruchu neodmyslitelně patří. Gastronomie je totiž součástí kultury a s tou se účastník cestovního ruchu setkává, ať již cíleně nebo nevědomky.

1.2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je stále se dynamicky rozvíjející a velmi významnou součástí hospodářství mnoha zemí celého světa, od Švýcarska s nejvyšší průměrnou mzdou až po z občanské války stále se vzpamatovávající Rwandu. Právě z důvodu neustálého vývoje a různých přístupů k tomuto odvětví se můžeme setkat také s odlišnými definicemi samotného pojmu cestovní ruch. V roce 1991 **Světová organizace cestovního ruchu** (UNWTO – World Tourism Organization) konstatovala, že cestovní ruch má velký význam jakožto jeden z faktorů vývoje světového obchodu, ale také jako faktor rozvoje národních celků, a to jak ekonomický, tak i kulturní a sociální. Následně byl cestovní ruch touto organizací spolu s Organizací spojených národů (OSN) definován takto: *„Cestovní ruch (tourism) jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné prostředí (mimo místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanoveno, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“*. [Petrů, Z., 2007, str. 28]. Můžeme však narazit i na různé obměny této definice, a to i ve vzdělávacích materiálech – žádná definice totiž není všeobecně závazná. Jiný zdroj například definuje cestovní ruch jako *„souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení a zaměstnání.“* [Vystoupil, J. – Šauer, M. – Holešinská, A. – Metelková, P., 2006, str. 16]. Cestovní ruch je vždy formou osobní spotřeby. Jde o reprodukci fyzických a duševních sil člověka, která zahrnuje také poznávání a kulturní vyžití. Podle toho jaké konkrétní potřeby účastník cestovního ruchu uspokojuje, rozeznáváme různé formy cestovního ruchu. Mezi základní formy se řadí cestovní ruch rekreační, sportovně-turistický, lázeňsko-léčebný a kulturně-poznávací, který zahrnuje právě cestovní ruch spojený s poznáváním gastronomie. (Petrů, Z., 2007)

S pojmem cestovní ruch je spojen také pojem **pohostinství**. Tento pojem zahrnuje dvě ze tří základních služeb cestovního ruchu – služby ubytovací a stravovací. Tou třetí je pak doprava. Slovo pohostinnost je základem slova pohostinství a je tak taky základem pro jeho význam. Pohostinnost chápeme jako přátelské poskytnutí občerstvení, respektive

přístřeší zdarma. S rozvojem obchodu a podnikání se však podstata pojmu pohostinství změnila, dnes je chápán jako „*poskytování gastronomických a ubytovacích služeb, které jsou předmětem podnikání v sektoru hotelnictví a gastronomie, a jsou významnou součástí národních ekonomik řady států.*“ (Kotlíková, H., 2013, str. 38)

1.2.2 Postavení gastronomických služeb v cestovním ruchu

Existence provozoven poskytujících stravovací služby v destinaci je obzvlášť vzhledem k rostoucím nárokům návštěvníků jednou z podmínek pro rozvoj cestovního ruchu. Mají však také význam jakožto faktor místního rozvoje a úrovně regionů. Stravovací služby nepochybně „*tvoří v současnosti spolu s ubytováním výkony odvětví pohostinství, které je významnou součástí národní ekonomiky. Stravovací služby mají přitom svůj nezastupitelný význam jak v komplexu služeb cestovního ruchu, tak i pro místní obyvatelstvo.*“ (Mlejnková, L. a kol., 2009, str. 6).

Gastronomické služby řadíme do formy cestovního ruchu označované jako kulturně-poznávací. Gastronomie a způsoby stolování v destinaci se mohou odlišovat od domácí kuchyně účastníka cestovního ruchu natolik, že lze gastronomii považovat také za součást zážitkového cestovního ruchu.

Gastronomické služby v cestovním ruchu jsou vlastním prostředkem **společného stravování**. Význam společného stravování spočívá jednak v rovině společenského působení. Může totiž celkově přispívat ke zvyšování životní úrovně, jelikož při omezení domácí přípravy stravy dochází ke zvyšování fondu volného času a také k modifikaci skladby výživy. Vývoj ve stravovacích službách vede čím dál tím více k možnosti uspokojovat diferencovaně výživové potřeby. Kromě stravování účelového, které umožňuje diferencované stravování například věkově odlišných skupin, dochází k rozšiřování obzvlášť ve stravování veřejném, a to díky široké škále restaurací od těch veganských až po nespočetné fastfoody nebo sushi bary. Pro cestovní ruch je ovšem nejdůležitější význam gastronomie jakožto neoddělitelné součásti kultury národa. Zásadní je však také význam ve sféře ekonomické. Jakožto součást odvětví cestovního ruchu tvoří stravovací služby důležitou součást hrubého domácího produktu země. Naskrz odvětvími pak působí multiplikační efekt, kdy při rozvoji společného stravování dochází k rozvoji v dalších odvětvích. Jako příklad poslouží rozvoj sklenářského průmyslu, bez jehož produkce by se většina provozovatelů neobešla a stávají se tak jedním z největších

konzumentů tohoto odvětví. Dochází také k rozvoji pracovních příležitostí. Význam cestovního ruchu pro zaměstnanost obecně naznačuje následující tabulka:

Tabulka 1: Souhrnné ukazatele zaměstnanosti v cestovním ruchu v ČR v letech 2003-2011

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Počet zaměstnaných osob v cestovním ruchu	236 682	235 935	236 024	241 236	239 499	235 569	231 266
Podíl CR na celkové zaměstnanosti Pracovní místa (v %)	4,71	4,58	4,50	4,48	4,56	4,62	4,52

Zdroj: Český statistický úřad; http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu

V oblasti společného stravování jsou zahrnuty jak formy veřejného, tak i účelového stravování. Účelové stravování zahrnuje stravování zaměstnanců i stravování školní, ústavní či nemocniční. **Veřejné stravování** má mnohá specifika, kterými se od stravování účelového odlišuje. Jedná se obzvlášť o vyšší podnikatelské riziko spojené s klientelou, která není dopředu známá co do počtu ani do struktury. Rozdíl je také v tom, že zákazník platí plnou cenu a sortiment je široký s možností úpravy dle individuálních požadavků.

Veřejné, neboli restaurační stravování, má kromě uvedených odlišností od účelového stravování následující základní charakteristiky:

- *využíváno residenty i návštěvníky* – kromě účastníků cestovního ruchu mohou restaurační zařízení využít také skupiny domácích residentů, kteří tak mohou zvýšit svůj fond volného času;
- *součástí infrastruktury* – síť stravovacích provozoven je tak faktorem úrovně obchodní vybavenosti měst a obcí;
- *různorodé poskytované služby* – kromě služeb základního stravování či doplňkového občerstvení, se kterými se setkáváme i u stravování účelového, se může jednat také o služby společensko-zábavní.

Existence gastronomických služeb v rámci společného stravování je založena na jedné z primárních potřeb účastníků cestovního ruchu – zajištění výživy – tedy zahnání hladu

a žízně. Od stravování individuálního se pak tyto služby liší tím, že plní také funkci společensko-zábavní. (Mlejnková, L. a kol., 2009)

1.3 Význam gastronomie v národních kulturách

Nelze pochybovat o tom, že účastníci cestovního ruchu se kromě komunikace s místními obyvateli či návštěvou kulturně-historických památek přibližují k poznání kultury destinace, kterou navštěvují, právě prostřednictvím místních typických pokrmů. Do jisté míry lze však také chápat příliv návštěvníků a tím rozvoj gastronomických služeb jako jeden ze stimulů pro udržení jedinečné národní kultury. Návštěvníci vytvářející poptávku po typických produktech místní gastronomie tak tlačí na provozovatele gastronomických zařízení, aby navzdory globalizačním trendům věnovali pozornost autentickým pokrmům. Na těchto pokrmech následně může destinace budovat také svou image a značku a lze je využít jako významný nástroj marketingové komunikace. Dá se také hovořit o jisté formě překonávání předsudků. Návštěvníci mají totiž jistou představu o gastronomii a celé kultuře destinace, a jedině navštívením této destinace docházejí k poznání, že se jejich představy mohou markantně lišit. Mohou mít například vybudovanou představu o kuchyni národa jako celku pouze na základě jediné restaurace nacházející se v místě jejich bydliště.

Gastronomické služby pak přinášejí účastníkovi cestovního ruchu výhody, které zároveň přispívají k podpoře a udržování národní kultury. Jedná se o následující:

- propojení kultury a cestovního ruchu;
- rozvoj gastronomických zážitků;
- poznání a šíření znalostí o výrobě specifických jídel;
- rozvoj infrastruktury pro výrobu a konzumaci jídel;
- podpora místní kultury.

Gastronomie je také prostředkem již výše zmíněné marketingové komunikace. Jedná se o komunikaci, díky které dochází k šíření globálního povědomí o kultuře turistické destinace. Právě touha poznat třeba jen jediný typický národní pokrm může být prvním impulsem k vycestování a následnému rozšíření znalostí o místní kultuře. Gastronomie je tedy jednak základním kulturním produktem, ale také výjimečným doplňkem tradičního portfolia kulturních produktů jako jsou památky, muzea, architektura a události. (Fecková,

L., 2013; diplomová práce). Pokud je gastronomie a její poznávání hlavním stimulem cesty, jedná se o gastronomický cestovní ruch, o kterém bude pojednáno v následující kapitole. Výjimečná a zajímavá kuchyně ovšem může být jedním z motivačních faktorů pro vycestování do dané země či regionu. Co se týče Peru, vzhledem k vzdálenosti této destinace pro Evropany není většinou vyhledávána za účelem gastronomického turismu, peruánská kuchyně navíc není v Evropě zatím tolik známá. Pro obyvatele amerického kontinentu se ovšem Peru stává v poslední době právě významnou gastronomickou destinací.

Gastronomie má pro mnohé regiony také velmi důležitý význam jakožto součást regionální či národní identity. Poptávka po regionálních produktech může pomoci ke zlepšování jejich kvality. Pokud jsou totiž produkty doopravdy z místních zdrojů a nikoliv dovážené, zvyšuje se s rostoucí poptávkou také ekonomický zisk, a následně se mohou zvýšit investice na pěstování a přípravu jednotlivých druhů potravin. Regiony se pak nemusí stát součástí globalizačního trendu a mohou se věnovat často sice finančně náročnějšímu ale za to jedinečnému udržování místní gastronomické identity.

Nelze opomenout také příjmy cestovního ruchu z prodeje gastronomických suvenýrů. Co se týče Peru, je tato oblast důležitým zdrojem příjmů pro obyvatele vnitrozemí, kteří každodenně dojíždí do turistických destinací, aby zde prodávali nejrůznější nápoje a potraviny. Jedná se především o praženou kukuřici, tradiční alkoholický nápoj Pisco, různé druhy ovoce nebo jihoamerické cukroví *alfajores*⁴.

1.4 Gastronomický cestovní ruch

Gastronomický cestovní ruch je cestovní ruch jedinců, kteří cestují za účelem poznávání nových kuchyní a za účelem poznat nové kultury a společnosti právě prostřednictvím jídla. Celý tento průmysl je o skupinách, které prostřednictvím jídla „prodávají“ svou historii a budují pro trh a veřejnost jedinečnou identitu a o jednotlivcích uspokojujících svou zvědavost. Obecně řečeno je gastronomický cestovní ruch o jedinečném zážitku z jídla. Podle definice Lucy Long je gastronomický cestovní ruch *„činností účastníka cestovního ruchu, zahrnující účast (záměrnou a s cílem poznání) v gastronomii, která není*

⁴ Sušenky spleené krémem z karamelového mléka, původně španělské cukroví

gastronomií jeho země původu – účast zahrnující konzumaci, přípravu a prezentaci pokrmu, kuchyně, systému pokrmů nebo způsobu stolování považovaného za součást místní kuchyně.“ [Long, L., 2013, str. 20-21]. Pásková a Zelenka označují **gastroturismus**⁵ jako „*formu cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni požitkem z konzumace, kultury stolování (atmosféra, vybavení a výzdoba stravovacího zařízení), testování a seznamování se s vybranými pokrmy a nápoji. Typickými aktivitami jsou návštěvy zvláštních restaurací, rybářských lodí, pivní slavnosti, exkurze do výroben potravin.*“ [Pásková, M. – Zelenka, J., 2002, str. 69]. V souvislosti s rychlým rozvojem **gastronomického a kulinářského cestovního ruchu** na přelomu milénia byla v roce 2003 založena *Mezinárodní asociace kulinářského cestovního ruchu* (ICTA, tj. International Culinary Tourism Asociation). V roce 2012 byla právě v souvislosti s užitím obsažností slova *culinary* – tedy kulinářský – přejmenována na World Food Travel Association. Podle této organizace je gastronomický turismus součástí kulturního turismu, protože podle ní je kuchyně součástí každé kultury. Gastroturismus je pojímán jako cestování za unikátními a pozoruhodnými kulinářskými zkušenostmi, přičemž účastníci poznávají navštívenou destinaci z gastronomické stránky. Mezi podmnožiny řadí i pivní cestovní ruch. (World Food Travel Association; dostupné z: <http://www.worldfoodtravel.org/>)

Je za potřebí oddělit významově odlišné pojmy, které bývají často s gastronomickým cestovním ruchem ztotožňovány. Zaprvé jde o pojem **gurmetský cestovní ruch**. Tento pojem zahrnuje pouze velice úzkou skupinu všech účastníků cestovního ruchu cestujících za jídlem. Jedná se totiž o cestování do prvotřídních exkluzivních restaurací. Návštěva takové restaurace pro někoho sice může znamenat jedinečný zážitek, ale přístup k unikátním zážitkům může být u návštěvníků individuálně odlišný a někdo může nezapomenutelné setkání s místní gastronomií ocenit i v provozovnách těch nejnižších kategorií. Zadruhé je třeba odlišit pojem **agroturistika**. V tomto případě se jedná o zcela jinou formu cestovního ruchu – o cestovní ruch venkovský. (Kotlíková, H., 2013)

Co se týče kulinářského cestovního ruchu, zde je jídlo spíše sekundárním motivem. Turisté v rámci cestování navštěvují různé trhy, festivaly, restaurace nebo vinárny, necestují však za účelem navštívit restauraci specifickou, do předu určenou, jak tomu často je při gastronomickém cestovním ruchem. Opakem gastronomického cestovního ruchu je

⁵ Cizí slovo z anglického *gastro-tourism*. V angličtině se častěji používají pojmy *food* nebo *culinary tourism*.

pak cestovní ruch městský nebo venkovský, u kterého jde při návštěvě gastronomických zařízení hlavně o uspokojení hladu. Rozdíl mezi těmito druhy cestovního ruchu ilustruje následující graf:

Graf 1: Vztah jídla a cestovního ruchu



Zdroj: HALL, M. a kol., Food Tourism Around the World, 2003, str. 11

Výzkum odborného časopisu *Gourmet Magazine* spolu s *Travel Association of America* (srpen 2006) přibližuje význam gastronomického cestovního ruchu a složení jeho zákazníků. 17 % z dotazovaných uvádí, že se účastní cestování za jídlem – tedy jakékoliv jeho formy, ať už jde o cestovní ruch gastronomický či kulinařský. Téměř polovina z nich (46 %) se hlásí k těm, pro které je primárním cílem právě seznámení s gastronomií či návštěva konkrétního podniku, tedy k účastníkům gurmetského a gastronomického cestovního ruchu. 28 % se pak řadí k těm, kteří na cestách vyhledávají spíše příležitostně kulinařské zážitky a 26 % mezi náhodné účastníky této formy cestovního ruchu. Co se týče složení zákaznické základny, výzkum uvádí, že účastníky jsou pak převážně jedinci ve věku 35 - 54 let (42 %) a téměř polovina (44 %) z nich má vysokoškolské vzdělání.

(U. S. Travel Association; dostupné z <http://www.ustravel.org/news/press-releases/comprehensive-culinary-travel-survey-provides-insights-food-and-wine-travelers>)

Celkově tato forma cestovního ruchu ve velké míře probíhá spíše v rámci domácího cestovního ruchu, kdy obyvatelé země navštěvují jiné regiony a města za účelem konzumace konkrétních nápojů či pokrmů. Mezinárodní gastronomický cestovní ruch je tedy méně výrazný. Účastníci cestovního ruchu sice berou v úvahu možnosti stravování při výběru destinace, není to však hlavní kritérium. S postupujícím trendem globalizace a zákaznické konvergence – tedy sblížování zákaznického chování v celém světě – si totiž

můžeme dopřát zahraniční gastronomické speciality, aniž bychom cestovali. Můžeme tak pozorovat rostoucí popularitu etnických kuchyní jako thajské, indické, severoafrické, mexické a čínské, kdy turisté po návratu z destinace vyhledávají gastronomické speciality, které ochutnali v zahraničí.

Cílem gastronomického turismu mohou být také festivaly jídla a pití. V poslední době významně roste obliba těchto festivalů, obzvláště v Evropě. Gastronomické zájezdy jsou často kombinované s dalšími aktivitami, jako jsou různé prohlídky, cyklistika, turistika, atd. Navíc dochází k růstu povědomí o ekonomických, ekologických a zdravotních výhodách místní produkce. Přesto není počet účastníků gastronomického cestovního ruchu vysoký – každý rok se jedná o méně než milion gastronomických cestovatelů.

(CULINARY (OR GASTRONOMIC) TOURISM; dostupné z:

<http://www.onecaribbean.org/content/files/CulinaryCaribbeanNicheMarkets.pdf>)

Mezinárodní asociace kulinářského cestovního ruchu si naopak stojí za tím, že obliba tohoto odvětví roste. Potvrzují to i číselné údaje.

Jednak asociace tvrdí, že opět došlo k růstu množství dotazů, které jí konzumenti pokládají prostřednictvím internetových stránek, a to již téměř na hodnotu z roku 2008, tedy z doby před začátkem recese. Za důkaz považuje také růst počtu internetových stránek restaurací s informacemi pro zákazníky, a to z dvanácti v roce 2003 na 173 v roce 2012. Zvýšil se také počet cestovních kanceláří zaměřených na gastronomický cestovní ruch – v roce 2003 jich bylo méně než deset, v roce 2012 téměř 150. I samotná členská základna asociace je jedním z číselných dokladů rozvoje gastroturismu. Za devět let existence překročil počet členů z řad profesionálů 16 000. (Tourism-Review.cz; dostupné z <http://www.tourism-review.cz/obliba-kulinarske-turistiky-roste-news3184#59tRz7VO6aborPvd.99>)

1.4.1 Gastronomické motivy spojené s cestovním ruchem

Gastronomický cestovní ruch nelze ztotožňovat s návštěvou jakéhokoliv gastronomického zařízení v destinaci. Odlišuje se motivy, které jsou pro něj charakteristické. Motiv uspokojení hladu, který je primárním motivem pro většinu účastníků cestovního ruchu, v tomto případě ustupuje do pozadí. Tyto motivy mohou být různé v závislosti na destinaci či individuálním přístupu, v zásadě se ale může jednat o tyto čtyři základní druhy motivů:

- fyzický,
- kulturní,
- sociální,
- motiv statusu a prestiže. (Hjalager, A., Richards, G., 2004)

Co se týče prvního bodu, jedná se o jiné fyzické motivy než samotné uspokojení hladu. Netypické jídlo může působit nejen na chuťové smysly, ale také na smysly zrakové a čichové. Gastroturista tak vyhledává nové a neobvyčejné fyzikální podněty. Může jít také o motiv zdravého stravování, který je v současné době rozvíjejícím se trendem.

Motiv kulturní je motivem pro gastronomický cestovní ruch nejčastějším. Návštěvníci prostřednictvím gastronomie poznávají kulturu, zvyky a tradice. Jednak jde o různé **degustace**, tedy ochutnávání potravin či nápojů, často spojené s odborným výkladem o jejich přípravě, výrobě či historii. O kulturní motiv se jedná zajisté také při návštěvě muzeí, trhů či jednotlivých akcí spojených s gastronomickou tematikou.

Sociální motivy se projevují u většiny forem společného stravování. Pro turisty cestující za gastronomií, která se tak stává jejich primárním cílem cesty, může být sociálním motivem možnost sdílet svůj zájem – tedy gastronomii – s dalšími účastníky se stejným motivem. Jednoduše se tedy jedná o snahu stát se součástí nějaké sociální skupiny, ačkoliv jen krátkodobě.

Posledním motivem je motiv statusu a prestiže. V tomto případě záleží na tom, jak k místní gastronomii přistupujeme a také na konkrétní destinaci. Motiv statusu a prestiže má gastroturista v případě, že má zájem typické pokrmy poznat prostřednictvím luxusních a prestižních restaurací. Po návštěvě takovéto restaurace může očekávat od svého okolí uznání, podobně jako když si vyšší společenský status chce vydobýt nákupem drahých aut nebo uměleckých děl. (Oliveira, S., 2006, str. 264)

1.4.2 Stravovací zařízení gastronomického cestovního ruchu

Rozlišujeme různé druhy a kategorie stravovacích zařízení, některé z nich na základě vybavení či polohy, jiné se třídí například i prostřednictvím různých oficiálních hodnocení.

Restaurace pro ty nejnáročnější návštěvníky, tedy **gurmetské restaurace**, jsou často luxusní restaurace s exkluzivními službami. Právě u těchto podniků se uplatňuje oficiální hodnocení, které pak restaurace využívají jakožto marketingovou výhodu k nalákání návštěvníků. Jedná se o nejprestižnější ocenění v gastronomickém průmyslu – *Michelinské hvězdy*. Všechny tyto restaurace samozřejmě zaměstnávají ty nejlepší specialisty ve svém oboru a velký důraz je kladen také na obsluhu. Dalším prestižním oceněním je například umístění na žebříčku nejlepších světových restaurací britského časopisu *Restaurant Magazine*.

Dalším cílem návštěvníků cestujících za gastronomií mohou být **restaurace historické**. Tyto restaurace většinou disponují originální recepturou světově známých pokrmů a mají dlouhou historii a tradici. Často byly místem významných historických událostí, což jim dodává na zajímavosti. Jde například o lisabonskou kavárnu a cukrárnu *Casa Pasteis de Belem*, kde se podává tradiční portugalský zákusek *pastel de nata*⁶.

Vyhledávanými jsou také **tradiční gastronomická zařízení**, tedy taková, která si zakládají na autenticitě a tradičnosti připravovaných receptů. U těchto podniků se nemusí jednat o zařízení vysoké cenové úrovně, jde spíš o atmosféru, kterou nabízejí. Jsou pravděpodobně nejvyhledávanější mezi těmi, kteří chtějí poznat místní gastronomii v její pravé podobě.

Gastronomický cestovní ruch je také neodmyslitelně spjat s **restauracemi zážitkovými**. Ty mohou zprostředkovat jedinečný zážitek v různých podobách. Může jít o originální vybavení, sortiment, obsluhu nebo způsoby přípravy a podávání jídel. V České republice jsou velmi oblíbené např. takzvané středověké krčmy. (Kotlíková, H., 2013)

⁶ Koláček z listového těsta plněný žloutkovým krémem.

2 Charakteristika lokality z hlediska významu pro cestovní ruch

Spolu s obchodem je cestovní ruch nejdůležitějším odvětvím sektoru služeb Peru. Dochází k neustálému růstu cestovního ruchu, obzvlášť díky zvyšující se podpoře ze strany peruánské vlády, která si uvědomuje význam tohoto odvětví. Peru má jednoznačně pro rozvoj cestovního ruchu skvělé podmínky – ať už pro účastníky cestovního ruchu městského či venkovského. Obecně je nejtypičtější formou cestovního ruchu kulturně-poznávací cestovní ruch. Mnoho turistů ovšem přijíždí do země také za účelem vykonávání dobrovolnické činnosti, typickými návštěvníky jsou též ekoturisté, dobrodruzi, vyznavači plážového, luxusního a gastronomického cestovního ruchu. Negativem je ovšem nedostatečně rozvinutá materiálně-technická základna.

2.1 Realie a geografie Peru

Peruánská republika (kečuánsky Piruw, španělsky República del Perú) je stát nacházející se na severozápadě Jižní Ameriky. Na severu hraničí s Ekvádorem a s Kolumbií, na východě s brazilským Amazonským pralesem, na jihovýchodě s Bolívií, na jihu se nachází krátký úsek hranice s Chile a západní pobřeží je omýváno Pacifickým oceánem. Počet obyvatel se blíží k třiceti milionům, ovšem hustota zalidnění je téměř šestkrát nižší než na území České republiky.

Ačkoliv má 98 % obyvatel peruánské občanství, Peru

je zemí mnoha kultur a národností. Necelá polovina se řadí mezi potomky původního indiánského obyvatelstva. Velkou část populace však tvoří také obyvatelé čínského a japonského původu. V amazonském pralese doposud žije také 48 amazonských domorodých skupin. Co se týče náboženského vyznání, přibližně 80 % obyvatel se hlásí k církvi římsko-katolické. Ačkoliv jazykem původních indiánů je quechua a aymara,

Obrázek 1: Peru - mapa



Zdroj: Vivencia Andina Viajes; dostupné z: <http://www.vivenciaandina.com/viajes-a-peru/peru-mapa.htm>

úředním jazykem Peru je španělština. (Ministerstvo zahraničních věcí České republiky; dostupné

z http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/jizni_amerika/peru/)

Tradičně se odlišují tři geografické celky, jejichž hranice určuje pohoří jihoamerických And. Tyto celky se odlišují jak přírodními, tak i sociálně-ekonomickými podmínkami.⁷ Prvním celkem je pobřeží (costa) – rovina táhnoucí se od severu k jihu podél pobřeží Pacifického oceánu. Jedná se o území s převážně suchými půdami kromě vzácně se vyskytujících údolí sezónních řek. Směrem do vnitrozemí pak následuje horská oblast (sierra), která zahrnuje území And s nejvyšším vrcholem Peru, 6 786 metrů vysokým Huascaránem a náhorní plošinu Altiplano. Na téměř 60 % území státu se pak nachází třetí region – prales (selva). Jedná se o rovinatý terén pokrytý zelení Amazonského pralesa.

2.2 Historie Peru

Podle teorie českého lékaře a antropologa Aleše Hrdličky⁸ došlo k příchodu prvních obyvatel asijského původu na americký kontinent před 30 000 lety. Mezi lety 400 – 900 n. l. pak docházelo k rozvoji prvních předinckých kultur na území Peru, které se organizovaly do zemědělských společenství. Následovalo období rozvoje obchodu (1000 – 1450) a to převážně s dnešní Kolumbií a Ekvádorem. Přibližně v roce 1450 pak přicházejí Inkové, jejichž říše se nacházela také na území Kolumbie, Ekvádoru, Bolívie, Chile a Argentiny. V roce 1533 však došlo ke kolapsu tohoto státu, podpořenému příchodem španělských kolonizátorů. Rozšířením španělského impéria do neprozkoumaného Peru byl pověřen mořeplavec Francisco Pizarro. Po kolapsu Incké říše nastává období „království dvou republik“ – republiky Španělů a republiky Indiánů. V tomto období jsou kořeny současných společenských problémů Peru. V indiánských obcích se totiž se nesměli usazovat běloši, černoši a míšenci kromě mesticů s jejich matkami. V mentalitě obou skupin tak bylo vytvořeno trvalé vědomí odlišnosti a sounáležitosti. Pomalu vznikalo konfliktní klima a trvalá sociální i politická nestabilita. K tomu přispívalo a dále také přispívá přírodní rozdělení Peru - hornatá indiánská sierra v konfliktu s dominujícím pobřežím. Problémovým bylo a je také hlavní město Lima –

⁷ Více k regionům Peru v kapitole *Rozdíly mezi regiony Peru*.

⁸ Aleš Hrdlička (30. března 1869, Humpolec – 5. září 1943, Washington D. C., USA) byl světoznámý český antropolog a lékař. Jako první formuloval teorii přechodu obyvatel asijského kontinentu na kontinent americký, a to v místě dnešního Beringova průlivu, kde došlo k poklesu mořské hladiny o 85 metrů a vznikl tak 1600 kilometrů široký pruh kontinentálního šelfu (tzv. Beringie).

sídlo elity, která nebyla jednotná. Nově příchozí z mateřské země se cítili nadřazení kreolům, Španělům narozeným v Americe.

V 16. a 17. století začalo docházet k velkému rozvoji vnitřního trhu. Ten však působil destruktivně na etiku obživy indiánských obcí, založené tradičně na „morální ekonomii“, na neobchodních principech reciprocity a redistribuce. Začalo se ovšem dařit obyvatelům území východní sierry. Díky tropickému podnebí zde totiž začalo docházet k boomu v souvislosti s prodejem koky. Tuto rostlinu indiáni běžně žvýkají, protože jim dodává sílu a nepocítují díky ní hlad. Území tropických And se díky jejímu prodeji stalo regionem prvořadého ekonomického významu. Mezi lety 1780 – 1782 pak proběhlo největší indiánské povstání na americkém kontinentu. Bylo vedeno potomkem Inků Tupacem Amaru a jeho cílem bylo zpřetrhání pout se Španělskem, získání nezávislosti země a obnovení vlády Inků. Nezávislost byla vyhlášena až 28. července 1821 po porážce španělského loďstva u Trafalgaru. Madrid ji však uznal až v roce 1879.

19. století bylo obdobím různých nepokojů. Kromě války s Chile probíhaly také nepokoje etnické – vraždění byli početní emigranti z Asie. Začal se ovšem rozvíjet také potravinářský průmysl, a to obzvlášť díky přistěhovalcům z jiných států Latinské Ameriky a z Itálie. Na začátku 20. století pak začalo docházet k tzv. indiánské reconquistě. Vlna migrace z venkova do měst totiž přispěla ke vzniku chudinských kolonií nazývaných *barriadas*. Díky jejich vzniku se etnické složení měst měnilo ve prospěch indiánů a nedošlo k zániku andské kultury, naopak se mohla nadále vyvíjet. (Roedl, B., 2007)

2.3 Peru a cestovní ruch

Pro Peru je cestovní ruch tak trochu kontroverzním tématem. Na jednu stranu nepochybně přispívá k ekonomickému rozvoji země a pro mnohé obyvatele, jak pro úspěšné podnikatele tak i pro sociálně slabší vrstvy společnosti, je zdrojem příjmů, které podmiňují kvalitu jejich života. Na druhou stranu se toto odvětví rozvíjí takovým tempem, že patřičné orgány nezvládají dohlížet na dodržování pravidel ochrany životního prostředí a nezbývá také dosti času na debaty ohledně negativního vlivu tohoto rozvoje na místní obyvatelstvo a obzvlášť indiánské komunity. Je však vidět, že v průběhu rozvoje cestovního ruchu v zemi si vláda začala s postupujícím časem uvědomovat, jak je toto odvětví pro zemi přínosné a právě podpora z její strany je pro pokračující rozvoj rozhodně klíčovou záležitostí.

2.3.1 Rozvoj cestovního ruchu Peru

Cestovní ruch byl v rámci peruánské ekonomiky v devadesátých letech minulého století sektorem, který zaznamenal nejrychlejší růst ze všech sektorů vůbec. K tomuto růstu začalo docházet po liberalizaci ekonomiky, omezení investičních bariér a po poklesu násilí právě po roce 1990, spolu s privatizací veřejných ubytovacích a dopravních služeb. Počet příjíždějících turistů se zvýšil z hodnoty 200 000 v roce 1992 na 1 000 000 v roce 2003. Peru začalo turisty z celého světa přitahovat díky svému archeologickému a kulturnímu dědictví, obzvláště **Machu Picchu**, ale také díky rozmanitosti přírodního prostředí, od horských krajín přes Amazonský prales až po pláže Pacifického oceánu.

Rychlý růst cestovního ruchu však začal být v roce 2003 ohrožen kvůli existenci mnohých doposud nepřekonaných bariér. Jednalo se zejména o následující:

- nedostatečně rozvinutá dopravní infrastruktura a služby v mnohých částech země;
- omezené ubytovací služby;
- složité a časově náročné postupy získávání licencí a povolení.

Začaly se také objevovat pochyby ohledně ochrany životního prostředí a udržitelnosti. Bylo třeba podpořit možný přínos cestovního ruchu a to například lepší spoluprací s místními komunitami nebo podporou „cestovního ruchu batůžkářů“, kteří se stali nejtypičtějším druhem návštěvníků Peru, ovšem poskytovatelům služeb přinášeli nižší tržby v porovnání s jinými druhy turistů. Růst cestovního ruchu se však navzdory všem výše zmíněným problémům nezastavil. Po roce 2003 pokračoval přibližně stejným tempem, ačkoliv stále nemohlo dojít k plnému využití potenciálu, kterým Peru disponovalo. Nicméně od tohoto roku dochází k podpoře cestovního ruchu obzvláště prostřednictvím soukromých investic, a to díky makroekonomické stabilitě, pokračujícímu omezování investičních restrikcí, zvyšující se integraci Peru na světových trzích a aktivním postupům vlády. Následující tabulka zobrazuje porovnání výkonu odvětví cestovního ruchu mezi rokem 2003 a rokem 2008:

Tabulka 2: Výkon odvětví cestovního ruchu - 2003, 2008

	Počet příjezdějících turistů	Tržby z cestovního ruchu	Podíl cestovního ruchu na HDP	Podíl cestovního ruchu na počtu pracovních míst*
2003	1 136 000	1,02 USD	3,3 %	3 %
2008	2 058 000	2,40 USD	8,0 %	7 %

*Pracovní místa vytvořená přímo i nepřímo

Zdroj: Peru: Country Program Evaluation for the World Bank Group, 2011

I v posledních letech pokračuje rozvoj cestovního ruchu. Rok 2011 znamenal 2,6 milionů zahraničních návštěvníků. V budoucnu se očekává další růst, obzvláště díky vzniku Pacifické aliance, regionálního seskupení založeného státy Peru, Chile, Kolumbií a Mexikem, které má za cíl usnadnění pohybu zboží, služeb a kapitálu přes hranice. Členství země by mohlo přispět k podpoře konkurenceschopnosti a to obzvláště v sektoru cestovního ruchu. Na druhou stranu došlo v roce 2013 k poklesu Peru v žebříčku TTCI⁹. Peru se umístilo **na 73. místě**, přičemž hodnoceno bylo celkem 140 států. Země si tak od roku 2012 pohoršila o čtyři stupně. Postavení Peru v rámci zemí Latinské Ameriky zobrazuje následující tabulka:

Tabulka 3: Vybrané ukazatele výkonu odvětví cestovního ruchu a ekonomiky

	TTCI	Počet příjezdějících turistů ze zahraničí		Příjmy z cestovního ruchu		HDP	Počet obyvatel
	Pořadí/140 2013	Tisíce 2011*	Na 100 obyvatel 2011*	V milionech USD 2011*	Podíl na HDP (%) 2011*	V miliardách US\$ 2011	V milionech 2011
Mexiko	44	23 403	20,6	11 869	1,0	1 154,0	113,7
Chile	56	3 070	17,8	1 831	0,7	248,4	17,2
Uruguay	59	2 857	84,8	2 187	4,7	46,7	3,4
Peru	73	2 598	8,7	2 360	1,3	177,2	30,0
Ekvádor	81	1 141	7,6	843	1,3	66,5	15,0
Kolumbie	84	2 385	5,2	2 201	0,7	327,6	45,5

* hodnoty pro Kolumbií jsou z roku 2010

Zdroj: World Economic Forum,

dostupné z http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Peru_CompetitivenessReport_2013.pdf

⁹ Travel and Tourism Competitiveness Index, Index konkurenceschopnosti v cestovním ruchu. Zpracováno Světovým ekonomickým fórem ve spolupráci s významnými partnery v cestovním ruchu. Jeho cílem je měření faktorů a politik, díky nimž je rozvoj odvětví atraktivní ve vybraných zemích.

Toto pořadí odráží jak silné tak i slabé stránky této latinskoamerické země. Co se týče těch silných, kromě všech kulturních a přírodních atraktivit se jedná také o rozvíjející se turismus gastronomický, dobrodružný a o ekologicky šetrné formy cestovního ruchu. Dalším pozitivem je také přístup vlády k tomuto odvětví, dochází totiž k velké podpoře na úrovni národní i lokální – jedná se například o rozvinutý monitoring, investice do infrastruktury a relevantní marketingové kampaně. Mezi oblasti, na které by se pak podle zprávy Světového ekonomického fóra Peru mělo zaměřit, patří:

- zlepšení bezpečnosti a infrastruktury,
- rozšiřování přístupu k internetu,
- modernizace zdravotnických zařízení,
- cenová konkurenceschopnost (obzvláště co se týče letištních poplatků a daní),
- ochrana životního prostředí a udržitelnost. (World Economic Forum, dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Peru_CompetitivenessReport_2013.pdf)

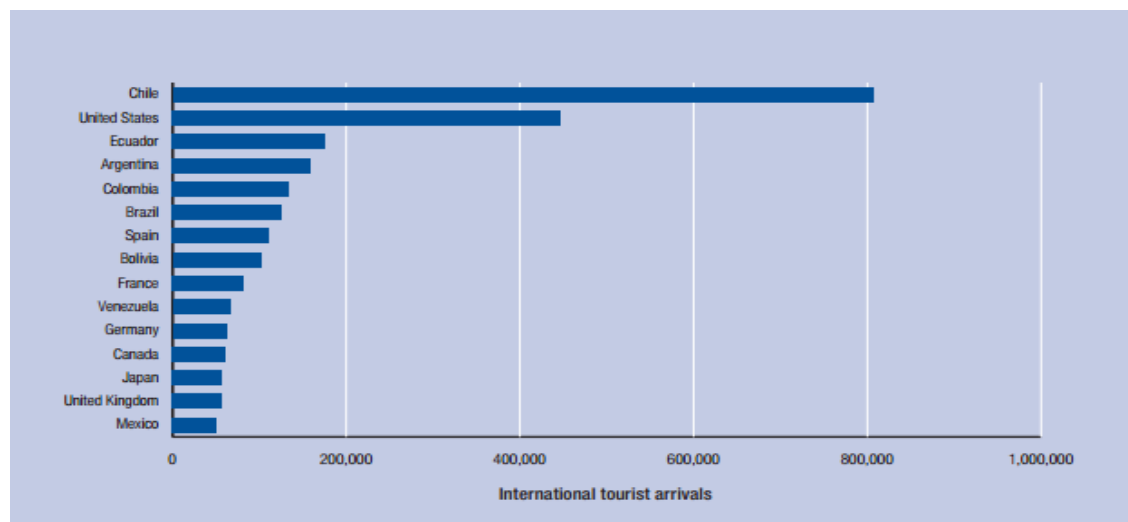
2.3.2 Návštěvníci a jejich národnosti

Počet turistů přijíždějících každoročně do Peru neustále stoupá, a to meziročně dokonce ve statisících. Například v roce 2009 se jednalo o 2,14 milionů turistů, v roce 2010 o 2,3 milionů a v roce 2011 země přivítala téměř 2,6 milionů návštěvníků. (The World Bank, dostupné z <http://search.worldbank.org/data?qterm=tourism&language=EN&format=>)

Od 90. let minulého století začalo docházet k uzavírání dohod přispívajících k podpoře příjezdového cestovního ruchu. Jde například o Andské společenství národů (Comunidad Andina), dohody s Evropským sdružením volného obchodu (EFTA) nebo o Latinskoamerické integrační sdružení (LAIA). V souvislosti s těmito partnerstvími je cestovní ruch podpořen například díky vízové politice země, která umožňuje návštěvníkům z 92 zemí světa přicestovat bez vízových povolení. Dalším přínosem jsou pak oboustranné dohody v oblasti letecké dopravy. Co se týče těchto dohod, jedná se nicméně převážně o státy amerického kontinentu, dohody s evropskými státy jsou velmi výjimečné a dohody se Středním východem či s Asií (kromě Číny) v podstatě neexistují.

To se projevuje v omezených možnostech letecké dopravy pro obyvatele z těchto regionů a následně v nižším počtu návštěvníků. Následující graf zobrazuje 15 národností, které nejčastěji navštěvují Peru. Do tohoto pořadí se odráží právě výše zmíněná vízová politika a existence bilaterálních dohod:

Graf 2: 15 národností nejčastěji navštěvujících Peru (2012)



Zdroj: World Economic Forum,
dostupné z http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Peru_CompetitivenessReport_2013.pdf

Peru tedy nejčastěji navštěvují obyvatelé dvou sousedících států, které také patří mezi rychle se rozvíjející latinskoamerické státy, tedy Chile a Ekvádor, ovšem druhé místo v počtu příjezdů zauímají USA. Rozdíly mezi jednotlivými státy jsou významné, už jen první tři zmíněné státy mají na celkovém počtu příjezdů turistů přibližně 50 % podíl.

2.3.3 Formy cestovního ruchu

Vzhledem k rozmanitým přírodním podmínkám a bohaté historii je Peru vhodnou cílovou destinací pro široké spektrum návštěvníků, od vyznavačů rekreace na pláži až po horolezce a jiné dobrodruhy. Co se týče forem cestovního ruchu, které jsou pro Peru nejtypičtější, jedná se obzvlášť o následující:

- **Kulturně-poznávací cestovní ruch** - Tato forma cestovního ruchu je pro zemi nejtypičtější, hlavně díky existenci mnoha památek a archeologických zajímavostí z předkolumbovského období. Mnoho z nich se dokonce nachází na Seznamu světového dědictví UNESCO. Konkrétně jde o následující kulturní památky:

- Cuzco – město na jihu And, bývalé centrum Incké říše;
- Machu Picchu – bývalé incké město nacházející se uprostřed tropického deštného lesa;
- Chavín – archeologické naleziště, posvátné místo civilizace Chavín;
- archeologické naleziště Chan Chan;
- historické centrum Limy – centrum města a klášter San Francisco de Lima;
- národní park Rio Abiseo – archeologické naleziště;
- obrazce na planině Nazca a Pampas de Jumana;
- historické centrum Arequipy – město, ve kterém se prolíná předkolumbovská a koloniální architektura;
- posvátné město Caral-Supe – nejstarší duchovní centrum Jižní Ameriky.

Na Seznam nehmotného kulturního dědictví pak patří také pro turisty atraktivní zpívané modlitby Huachipairů Eshuva Harákmbut, pouť do svatyně Pána z Qoyllurit'i, rituální tanec Mituů, Tanec s nůžkami, textilní umění lidu z Taquily, ústní dědictví a kulturní zvyky Záparů a Aymarské komunity.

- **Cestovní ruch dobrovolníků** - Peru je jednou z nejpopulárnějších destinací pro ty, kteří cestují za účelem výkonu dobrovolnické činnosti. Jedná se obzvlášť o dobrovolnictví ve zdravotnictví, školství ale také o šíření povědomí o ochraně životního prostředí a udržitelnosti.

- **Ekoturistika** - aktivity týkající se šetrného a ekologického cestovního ruchu se odehrávají především v peruánské části Amazonského pralesa.

- **Dobrodružný cestovní ruch** - díky různorodým přírodním podmínkám je Peru také destinací pro milovníky různých adrenalinových sportů a aktivit. Nejoblíbenějšími aktivitami je surfování, alpinismus, rafting, lyžování a horolezectví.

- **Plážový cestovní ruch** - Peru disponuje pobřežím dlouhým 2 414 kilometrů, které je plné turisty vyhledávaných pláží. Mezi nejoblíbenější pláže patří Manácora, Punta Sal a pláž Asia v regionu Limy.

- **Luxusní cestovní ruch** - tato forma cestovního ruchu se začíná rozvíjet přibližně od roku 2005. Jedná se obzvlášť o turisty z USA a z Evropy, kteří vyhledávají luxusní hotely a zážitky. Vláda podporuje investice do tohoto druhu infrastruktury, a tak dochází k jejímu rozvoji.

- **Gastronomický cestovní ruch** – této formě je tato práce převážně věnovaná, charakterizovaná je ve třetí a ve čtvrté kapitole.

Zdroj: (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, dostupné z <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/OTROS/inventario%20turistico/pais.asp>)

2.3.4 Cestovní ruch a propagace

Nové logo, které bylo schváleno v roce 2011, je v současné době používáno na většině propagačních materiálů, suvenýrů a výrobků. Stalo se základem celé marketingové kampaně, která se opírá obzvlášť o tradice a kulturu země. Cílí hlavně na mladé cestovatele, kteří mají pro zemi velký potenciál, protože je pravděpodobné, že se do Peru vrátí například se svými budoucími rodinami. Logo je oblíbené jak mezi návštěvníky, tak i mezi místními obyvateli: „*Nové logo své země si Peruánci velmi oblíbili – vychází z jejich historie, odkazuje na budoucnost, je krásné a jednoduché.*“ [NÍDR, T., 2013, str. 38].

Počáteční písmeno P je ve tvaru spirály – pro některé může být symbolem petroglyfu, který byl v Caralu objeven na několika kamenech, pro jiné zase napodobeninou zatočeného ocasu opice z obrazců u města Nazca. Orientaci na budoucnost ukazuje svou podobou s internetovým zavináčem.

Zajímavý je fakt, že spirála, která logu dominuje, má v takovéto podobě negativní význam. Je totiž natočena na opačnou stranu, a tak podle starých tradic neznázorňuje věčnost a štěstí, jako opačná spirála, ale naopak smůlu. (NÍDR, T., 2013)

Obrázek 2: Logo Peru



Zdroj: 99 Designs, dostupné z: <http://99designs.com/designer-blog/2013/03/12/the-best-and-worst-of-the-worlds-tourism-destination-logos/>

3 Regiony Peru a jejich typická gastronomie

Peru je jednou z nejrozmanitějších zemí co se týče přírodního prostředí. V případě tohoto latinskoamerického státu se to ovšem projevuje také obrovskými společenskými i kulturními rozdíly. Způsob života obyvatel je determinován událostmi historickými i zdroji, které mají v jednotlivých přírodních celcích k dispozici. Peruánci si čím dál více uvědomují, že bohatství jejich země spočívá právě v této rozmanitosti a to se projevuje například i na marketingových kampaních, kde se země prezentuje nejen jako krajina hor a Indiánů, ale také země pláží, džungle a pulzujících velkoměst. Gastronomie je oblastí, prostřednictvím které lze povědomí o této různorodosti nejlépe prosazovat. Zároveň je však jakýmsi mostem mezi jednotlivými etniky a skupinami obyvatelstva. Posiluje pocit **národní identity**, protože je nepopíratelné, že společné kořeny má strava obyvatel vyspělých měst, vysokohorských indiánských vesnic i amazonských chatrčí.

3.1 Rozdíly mezi regiony Peru

I když je stát oficiálně členěn do 25 regionů, neexistují mezi nimi takové rozdíly, jako mezi regiony přírodními. Je až neuvěřitelné, jak odlišné mohou být tři územní celky v rámci jednoho státu. Je to obzvlášť historický vývoj a přírodní podmínky, které podmínily odlišný způsob života jednotlivých skupin populace. Proto se návštěvník může v rámci cestování v jednom státu setkat s místními obyvateli, jejichž životní úroveň je v podstatě totožná jako životní úroveň obyvatel ekonomicky vyspělých států, ale také s takovými Peruánci, kteří ještě žijí primitivním způsobem života v hlubinách Amazonského pralesa.

3.1.1 Přírodní podmínky

Pobřežní region (costa) se nachází na tenkém páse pobřeží mezi peruánskými Andami a Pacifickým oceánem. Region je typický obzvlášť výskytem pláží, jedná se ale také o rovinatou pláň, oblasti plné pískových dun nazývaných „lomas“ a o občasné pahorkatiny. Podnebí je zde suché a obzvlášť ve střední a jižní části costy je klima převážně subtropické, ačkoliv se území nachází v tropickém pásu. To je způsobeno za prvé blízkostí And u pobřeží, protože zabraňují vzniku dešťových srážek. Za druhé je vzduch ochlazován studeným Humboldtovým proudem, který je až o 12 °C chladnější než proudy vyskytující

se v blízkosti tropických oblastí. Teploty se obvykle pohybují mezi 12 °C a 29 °C. I v oblasti pouští Sechura a Atacama se však vyskytují zavodněná údolí, tzv. oázy, vznikající díky řekám proudícím z úbočí And směrem k oceánu.

Horský region (sierra) zahrnuje pás And od severu až k jihu země. Je ovšem velký rozdíl mezi podmínkami na západních a na východních svazích tohoto pohoří. Západní svahy jsou velmi aridní a neúrodné, vzhledem ke stálým suchým větrům přicházejícím od Pacifického oceánu. Na východní straně Andy navazují na Amazonský deštný les, tudíž je zde velmi horko a vlhko. Mezi východními a západními svahy se nachází rozsáhlé travnaté území nazývané „puna“. Ta se rozšiřuje v náhorní plošinu nazývanou „altiplano“, která je tvořena samotnými horami, údolími, lesy, kaňony a pastvinami. Rozdíly panují také v různých ročních obdobích. V létě, tedy mezi dubnem a říjnem, jsou dny slunečné a noci chladné s absencí srážek. Naopak mezi listopadem a březnem je třeba počítat s velmi intenzivními srážkami. V andském regionu se vyskytuje velmi bohatá fauna, zahrnující čincily, kondory či vikuně, divoký druh lamy, na pastvinách například lamy a alpaky. Mnohé lesy pod pastvinami byly vykáceny místními zemědělci a byly na nich vytvořeny terasy a zavodňovací systémy, které jim umožňují pěstovat brambory, kukuřici či kávu.

Třetí z regionů – **Amazonský prales (selva)** – zaujímá severní a východní části území Peru. Jedná se o více než 60 % území státu. Ovšem také v rámci samotného pralesa existují velmi odlišná území. Část zalesněného území se nachází nad 700 m.n.m. (tzv. vysoký prales – „selva alta“), kde panuje subtropické klima podobné klimatu sierry na východním pobřeží. Odlišný je tzv. nízký prales – „selva baja“ – který je ideální pro aktivity cestovního ruchu, protože léta jsou tu velmi teplá, někdy jsou teploty i vyšší než 35 °C. Selva je regionem s nejbohatší flórou, vyskytují se zde také tisíce živočišných druhů včetně největšího peruánského zvířete – anakondy. (Kalman, B., Schimpky, D., 2003)

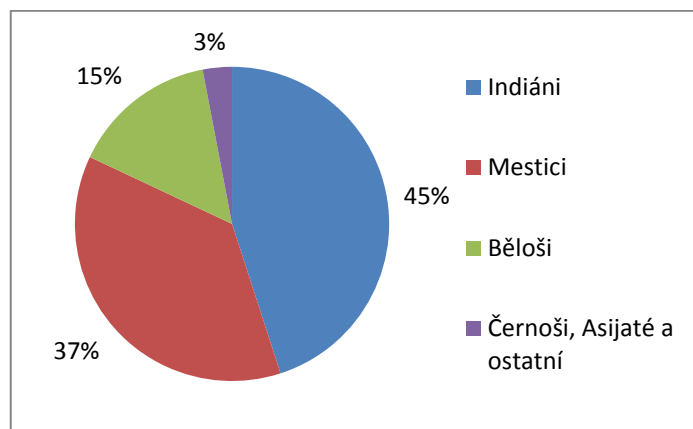
3.1.2 Obyvatelstvo regionů

Pobřežní region je regionem s nejvyšší hustotou zalidnění. V místech největších oáz se nachází mnohá významná města. Ta vznikla obzvláště během rozvoje rybářského průmyslu, kdy do vesnic a menších měst imigrovali obyvatelé horského regionu. Costa je ovšem také centrem ropného a chemického průmyslu. Na zavlažovaných polích se zde pěstuje především bavlna, rýže, cukrová třtina a vinná réva. Pobřeží bylo také

regionem, kde se rozvíjely slavné předincké kultury, jako kultura Mochica, Chimú, Nazca, Paracas a Chavín, díky čemuž se v něm nachází spousta významných archeologických památek. Co se týče obyvatelstva, pobřeží obývají převážně mestici, tedy míšenci mezi bělochy a indiány.

Rozdělení etnických skupin Peru znázorňuje následující graf:

Graf 3: Etnické skupiny Peru



Zdroj: Central Intelligence Agency. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pe.html>

V zemi žije asi 15 % bělochů, tedy převážně potomků španělských kolonizátorů. Pobřeží ovšem obývají také černoši (potomci afrických otroků) a Asiaté¹⁰, kteří tvoří přibližně 3 % populace. Pro většinu mesticů a bělochů je typický moderní západní styl života. (Gritzner, Ch., Gritzner, Y., 2009)

V andském regionu se naopak většina obyvatel situuje do menších vesnic. Jedná se přibližně o 45 % populace, přičemž víc než polovina z nich žije výše než ve 3 000 m. n. m. Andy jsou bohaté na nerostné zdroje, těží se zde obzvlášť měď, olovo, stříbro, železná ruda a zinek. Ve vysokých nadmořských výškách se pak daří různým druhům hlíz, obzvlášť bramborám, kterých se v Peru pěstuje na 230 druhů a 5000 odrůd. Obyvatelé tohoto regionu jsou fyzikálně přizpůsobeni životu v andských výškách. Mají větší množství krve, která je více viskózní a bohatší na červené krvinky, ale také proporcčně větší srdce a plíce. Trávení potravin bohatých na uhlohydráty pak podporují žvýkáním koky, která zajišťuje rychlejší přísun energie z pokrmu. Obyvatelé And jsou většinou Indiáni, a to příslušníci kmene Quechua, potomci Inků. Tyto kmeny si dodnes zachovaly své tradice a zvyky.

¹⁰ Pevážně Japonci a Číňané, potomci přistěhovalců, kteří imigrovali do Peru v první polovině 19. století.

Ačkoliv Amazonský prales tvoří přes 60 % peruánského území, žije zde pouhých 11 % celkové populace. Jeho obyvatelé se usazují na okrajích stovky řek a slepých říčních ramen. Až do poloviny dvacátého století zde kmeny jako Shipibo, Ashínika, Aguaruna a další žily v téměř dokonalé izolaci od peruánského státu. Samozřejmě že se v Amazonii i dnes nacházejí kmeny žijící v takové izolaci, že si zachovaly původní způsob života z doby svých předků před 500 lety. Začalo však docházet ke zvyšování hustoty zalidnění, k přeměňování lesů na farmy a pastviny a obzvlášť k rozvoji těžebního průmyslu, čímž se během posledních asi sedmdesáti let naprosto změnil ráz této krajiny. Co se týče amazonské flóry, zahrnuje mnoho rostlin, které jsou důležitou součástí tradiční medicíny. Jednou z nich je například koka, jejíž účinky však začaly být zneužívány pro výrobu kokainu a začaly vznikat stovky ilegálních kokainových farem. Kromě rozvoje tohoto „kokainového kapitalismu“ bojuje peruánská vláda s dalšími problémy amazonské selvy, jako je nadměrné kácení vzácných stromů, vysídlování obyvatelstva, porušování práv domorodých kmenů či obrovské náklady na budování infrastruktury. (Library of Congress, dostupné z: <http://lcweb2.loc.gov/frd/cs/petoc.html>)

3.2 Peruánská gastronomie

Peruánská kuchyně je jedinečná svou pestrostí a různorodostí, která je odrazem historického vývoje země a také je podpořena stále pokračující odlišností jednotlivých regionů a jejich kulturního dědictví. Je směsicí tradiční kuchyně z doby Inků a kuchyní evropských či asijských imigrantů, tedy kuchyně španělské, čínské, italské, německé, japonské či africké. Nově příchozí obyvatelé se museli pro přípravu svých receptů naučit využívat místní suroviny. Důležité je, že gastronomie má čím dál tím výraznější nejen kulturní, ale také ekonomický význam. Stává se faktorem upevňování identity, pochopení významu regionálních pokrmů a kultur a využívání místních jedinečných zemědělských a mořských produktů. Její význam podtrhují i nesčetná národní i mezinárodní ocenění, jimiž byla peruánská gastronomie za poslední desetiletí oceněna.¹¹

¹¹ Posledním z těchto ocenění je cena World Travel Awards (WTA) z roku 2013, kdy se Peru již podruhé za sebou stalo nejlepším gastronomickou destinací. Mezi státy nominovanými na toto ocenění byly například i Francie, Čína, Itálie či Mexiko.

3.2.1 Národní identita a Gastón Acurio

Gastronomie je pro Peruánce velmi důležitou součástí jejich kultury. Potvrzuje to i průzkum agentury Apoyo, kdy zaujala přední místo na žebříčku toho, na co jsou Peruánci nejvíce hrdí, spolu s Machu Picchu, archeologickými ruinami a historií země. Zároveň je pro ně tím, co zemi reprezentuje lépe než cokoli jiného, lépe než umění, hudba, folklorní tance nebo národní fotbalový tým. (Valderrama, M., 2009)

K rozvoji významu tradiční peruánské gastronomie začalo docházet obzvlášť díky kulinářskému národnímu buditeli Gastónovi Acuriovi, který je v Peru považován za národního hrdinu. Acurio absolvoval kurzy na prestižní gastronomické škole Le Cordon Bleu v Paříži. V Peru na začátku 90. let totiž nebylo možné gastronomii vůbec studovat, navíc muži věnující se vaření byli většinou zesměšňováni nebo byli označováni za příslušníky sexuálních menšin. Dnes, o dvacet let později, se počet gastronomických institutů jen v Limě blíží stovce. Acurio se ovšem po návratu do rodné země neplánoval věnovat rozvoji peruánské kuchyně. Nejdřív podnikal s francouzskou *haute cuisine*, později se však začal zajímat o staré recepty a tradiční ingredience. Díky rostoucí oblíbě televizních pořadů o vaření se o tradiční kuchyni začaly zajímat všechny společenské vrstvy obyvatel, protože se začalo šířit povědomí o dostupnosti surovin a o atraktivnosti původní peruánské kuchyně. Acurio svůj televizní pořad založil na vyhledávání míst, kde jednotlivé recepty připravovali nejlépe, a hledal právě mezi malými podniky těch nejnižších cenových kategorií, protože luxusní restaurace v té době tradiční pokrmy vůbec nenabízely. Stal se tak „samozvaným arbitrem chuti peruánské gastronomie“ a zároveň největší celebritou země.

Díky Acuriovi se tak naprosto změnil koncept většiny peruánských restaurací, související však také se sbližováním kultur jednotlivých etnik a s budováním národní identity. Jako příklad lze uvést pražená zrnka kukuřice, která jsou hostům servírována snad v každé restauraci při čekání na jejich objednávku. Dnes je tato pochutina považována za přirozenou součást stravování, přitom ještě v 80. letech nešlo o nic jiného než o prostou stravu indiánů z hor. Gastronomie tedy pomáhá bojovat proti přesvědčení, které v Peru panuje již od španělské kolonizace – tedy že na pořeží žijí potomci pokrokových Evropanů a v Andách zpátečníctví Indiáni. Acurio, ačkoliv příslušník nejvyšších limských vrstev, začal prosazovat návrat ke kořenům a prostřednictvím televizních pořadů také

demokratizaci kuchyně. Jeho hlavním poselstvím je význam kuchyně, která všechny Peruánce spojuje v jeden národ a dává jim **společnou identitu**. Pro praktické zdůvodnění tohoto tvrzení se stačí zamyslet nad původem jednotlivých surovin. Hlavní složka většiny pokrmů – tedy rýže – byla na kontinent dopravena evropskými kolonizátory, stejně jako hrozny, které jsou surovinou pro výrobu *pisca*, pálenky, která je oficiálně prohlášena kulturním dědictvím národa. Na druhou stranu by se většina receptů neobešla bez zdejší papričky *ají*, stovek druhů andských brambor a tradiční nealkoholický nápoj *chicha morada*¹² by nebylo možné vyrábět bez zrn místní fialové kukuřice.

V Peru Acuriova „**novoandská kuchyně**“ (*cocina novoandina*) jednoznačně způsobila gastronomickou revoluci. Obyvatelé se v otázkách jídla stali nacionalisty a vaření se stalo obrovsky populárním, jen počet restaurací v Limě se od počátku tisíciletí zdvojnásobil. Zároveň však tato hrdost rozdmýchala věčné konflikty panující mezi Peru a sousedním Chile. Peruánci obviňují Chilany z přivlastňování jejich pokrmů včetně národních pokladů, přičemž některé z nich si Chile dokonce internacionálně registrovalo. Jde například o pálenku *pisco*, která dostala název podle stejnojmenného peruánského města. Chile si na tento nápoj zařídilo patent a vyváží jej tak ve velkém množství do zahraničí. Peru se proti tomu brání tím, že cestující před vstupem do země musí vyplnit celní prohlášení, ve kterém je výslovně zakázán dovoz chilského *pisca*.

Acurio však peruánskou kuchyni pojímá také jako možný zdroj příjmů pro boj proti chudobě a omezování těžby nerostných zásob, která byla po dlouhou dobu pro Peru jedinou možností pro podporu ekonomického růstu. Jeho cílem je rozšířit globální síť peruánských restaurací, jeho vizí je na **200 000 podniků po všech kontinentech**. Zatím je jich několik set, ale Acurio se snaží prosazovat jejich rozšiřování a tím zvýšení globální poptávky po specialitech, ale i po surovinách. Na gastronomickém úspěchu by pak vydělávali také farmáři, rybáři, přepravci, exportéři, ale i zbytek obyvatelstva. Vznikl by totiž nový spolehlivý zdroj příjmů pro zemi, kromě dominující těžby. Díky Acuriově popularitě má tato myšlenka významnou podporu ať už mezi obyvateli, tak i u vlády, která sponzoruje různé ochutnávky na zahraničních gastronomických akcích, na jejichž přípravě se podílí špičkoví šéfkuchaři. (Nídr., T., 2013)

¹² Na konci práce v rámci příloh se ke většině pokrmů a nápojů vyskytují obrázky, a to chronologicky podle toho, tak jsou tyto zmiňovány v textu.

Pronikání gastronomie na světové trhy jednoznačně zvyšuje národní sebedůvěru Peruánců a je pro ně velmi emocionální záležitostí. Sám Gastón Acurio prohlásil v rozhovoru pro časopis Parlante: „*Jsem si vědom toho, že patřím mezi ty, kteří se snaží z naší kuchyně učinit nástroj hrdosti a příležitostí pro naši zemi. A máme tak velkou zodpovědnost, především musíme jednat tak, abychom nezklamali náš lid. Musíme vyrazit ven a budovat mosty a jednotu mezi lidmi a inspirovat optimismus, to je naše poslání jakožto kuchařů a Peruánců. Snažit se nezklamat je a neselhat.*“ [Acurio, G., citovaný Torresem, C. A. V., 2011]

3.2.2 Gastronomický cestovní ruch Peru

Spolu s povědomím šířícím se o peruánské gastronomii roste zájem o poznání gastronomie ze strany návštěvníků. Gastronomický cestovní ruch se tak stává velmi populárním a mnoho zahraničních turistů přijíždí za gastronomií jakožto za primárním motivem své cesty. Jak uvedl generální ředitel makléřské a poradenské společnosti Promarket Perú Alejandro Garro, v roce 2013 vyprodukovalo toto odvětví ekonomiky pro zemi celkem 700 mil. USD, přičemž se jednalo o 1,2 milionů turistů, tedy **40 % všech návštěvníků**, kteří se při návštěvě gastronomickému cestovnímu ruchu věnovali. Garro dále předpokládá, že tento rozvoj bude i nadále pokračovat – pro rok 2014 se očekává 20% růst. Ten by měl být podpořen brazilským Mistrovstvím světa ve fotbale v tomto roce a v budoucnosti také Panamerickými hrami v roce 2019. (Inga, C., Gurtado, C., 2013) Díky tomuto rozvoji dochází ke spolupráci provozovatelů stravovacích zařízení s ostatními podniky cestovního ruchu a tím k růstu nabídky zážitkových zájezdů. Snižuje se tak sezónnost cestovního ruchu. Většina cestovních kanceláří totiž do svých zájezdů zahrnuje gastronomické akce a kurzy přípravy typických pokrmů, které lze provozovat v jakékoli sezóně.

Peruánci jsou na svou kuchyni velmi hrdí. Avšak ještě na přelomu 80. a 90. let byly v kvalitních restauracích podávány spíše francouzské speciality a skotská whisky. Lima byla městem, kde se návštěvníci zdržovali převážně pouze na jednu noc, aby se pak následující den vydali na jih za návštěvou Machu Picchu a Cuzca. Právě gastronomický boom, který byl podpořen koncem protestů proti pravicové vládě a prezidentu Alanu Garcíovi, učinil z města oblíbenou destinaci. S koncem těchto protestů totiž začalo období hospodářského růstu a lepší politické stability.

V Limě dnes dokonce působí Gurmetská společnost (The Lima Gourmet Company), která pořádá „kulinářské prohlídky města“. Návštěvníci si mohou vybrat z denní nebo noční prohlídky, společnost nabízí také kurzy přípravy tradičního pokrmu *ceviche* nebo nápojů z pálenky *pisco*. Denní kulinářská prohlídka Limy trvá 5 hodin a cena je 125 USD. Zahrnuje následující:

- 5 zastávek na turisticky nejnavštěvovanějších místech ve městě,
- ochutnávka peruánské bio kávy v místní pražárně,
- návštěva místního trhu,
- návštěva zahradní kavárny, ochutnávka mléčného koktejlu z exotického peruánského ovoce lucumy,
- ochutnávky jídel a místních produktů,
- kurz přípravy *ceviche* a *pisca sour* s vrchním kuchařem jedné z nejlepších restaurací,
- gurmetský peruánský oběd a desert mezi před-inckými ruinami Huaca Pucllana,
- služby profesionálního průvodce a doprava s vyzvednutím u hotelu. (The Lima Gourmet Company; dostupné z: <http://www.limagourmetcompany.com/lima-tour-day.html>)

Gastronomický cestovní ruch je v současné době důležitým faktorem rozvoje cestovního ruchu celkově. Díky jeho rozvoji se Peru stává destinací vyhledávanou nejen převážně batůžkáři, jako dříve, ale také majetnějšími návštěvníky, kteří si mohou dovolit utratit za kvalitní pokrm i 30 USD a více. Ročně do Limy zavítá na 75 000 návštěvníků s primárním cílem poznání místní kuchyně. Za svůj pobyt utratí každý průměrně 1250 USD. (Khalip, A., 2007) Jen samotný sektor restaurací tak tvoří 3 % HDP země, přičemž jeho roční růst je rychlejší než ekonomika jako celek:

Tabulka 4: Porovnání - roční růst HDP a sektoru restaurací

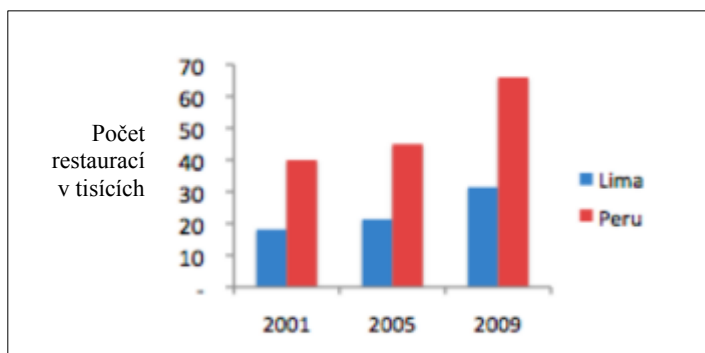
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Roční růst HDP	8,9	9,8	0,9	8,8	6,9	6,0
Roční růst sektoru restaurací	8,9	11,1	2,3	7,0	9,7	9,8

Zdroj: Apega, 2013, str. 38; dostupné z:

http://apega.pe/descargas/contenido/boom_gastronomico_peruano_al_2013_web.pdf

Rychlý ekonomický růst navíc umožnil malým podnikatelům zakládání nových restaurací a jiných stravovacích podniků. Nejproslulejšího Acuria, který již založil 37 restaurací v 11 různých zemích, následovali další absolventi prestižních kuchařských škol v zakládání těch nejluxusnějších podniků, a to obzvláště v Limě. Jen v hlavním městě se za 9 let od začátku milénia počet všech restaurací téměř zdvojnásobil:

Graf 4: Růst počtu restaurací



Zdroj: AGUNG W. a kol., Peru's Tourism Cluster, 2010, str. 26

Postavení Limy jakožto gastronomické metropole potvrzuje i deník *Restaurant*, který mezi 15 nejlepších gurmetských provozoven zařadil 7 nacházejících se právě v Limě. (The Economist, dostupné z: <http://www.economist.com/news/americas/21596956-peruvian-gastronomic-revolution-continued-cooking-up-business-cluster>)

3.3 Pobřeží – costa

Gastronomie peruánského pobřeží se zakládá obzvláště na mořských plodech, jako pro celou zemi jsou pro ni však typické také různé druhy kukuřice a papriček.

Kuchyně severního pobřeží je odlišná od pobřeží středního a jižního. Více se zde projevuje španělský a africký vliv ale také teplejší klima a moře. Typickým pokrmem je kozí maso vařené v kořeněné omáčce, *seco de cabrito*, nebo *pepián*, kukuřice vařená s cibulí a česnekem. Nejsevernější část země je pak nejbohatší na mořské plody. I proto má také sever svůj speciální druh *ceviche*, tzv. *ceviche de conchas negras*, tedy s černými lasturami. **Ceviche** je obecně pro Peruánce velmi významným pokrmem. 28. června všichni slaví „Den ceviche“ a bylo dokonce prohlášeno **kulturním dědictvím země**. Hlavní ingrediencí je na kostky nasekaná syrová bílá ryba bez kostí, která se připravuje pouze marinováním v limetkové šťávě. Běžně se do této šťávy přidává také červená cibule, a červená paprička *ají*. Jako příloha se k rybě podává žlutý brambor, oranžový batát,

uvařená kukuřice, list salátu a osmažené plátky banánů. Za důležitou součást kultury jednoho z největších severských regionů – Lambayeque – je považován dezert nazývaný King Kong. Jedná se o vrstvy sušenek, sladké mléčné a ananasové vrstvy, někdy proložené oříšky.

Co se týče zbytku pobřeží, hlavním gastronomickým centrem je zajisté hlavní město Lima. Stala se místem prolínání různých regionálních kuchyní, a to díky migraci obyvatel z jiných částí země. Lima je zároveň městem imigrantů ze zahraničí, a tak se zde peruánské gastronomické tradice prolínají také s těmi indickými, argentinskými, mexickými, japonskými i arabskými, rozmáhají se však také americké řetězce s rychlým občerstvením. Nicméně i Lima má svou tradiční gastronomii, jejíž nedílnou součástí je *causa* (dortík). Tvoří jej vrstvy nastrouhaných vařených brambor, tuňáka, vajíčka a avokáda. Dalším oblíbeným pokrmem je *lomo saltado*, který představuje prolínání kreolské a čínské kuchyně. Jedná se o malé kousky hovězího masa s cibulí, hranolky, chilli papričkou a s bílou rýží. Ta je součástí mnoha peruánských pokrmů a celkově je pro pokrmy na rozdíl od těch evropských typické, že se skládají z více příloh – klasicky jsou podávány hranolky i rýže dohromady. Typickým limským dezertem je už podle názvu *suspiro a la Limeña*, který vznikl obměnou ingrediencí u španělského dezertu *blancmange*. Skládá se z vrstvy tzv. *dulce de leche*, což se sladký dezert vytvořený pomalým vařením kondenzovaného mléka, a z vrstvy sněhové pěny s portským vínem.

Další pokrmy peruánského pobřeží jsou často různými variacemi přípravy mořských plodů. Například krevetová polévka (*chupe de camarones*) je specialitou největšího města jižního Peru – Arequipy. Snad ve všech pobřežních městech se na ulicích běžně podávají oblíbené *anticuchos* – špízy z hovězího srdce marinovaného v různých druzích peruánského koření. Mezi oblíbené rychlé občerstvení patří také *empanadas* – taštičky plněné masovou či jinou směsí. Jsou také pozůstatkem španělské kolonizace. Peruánské *empadadas* jsou obvykle plněné kuřecím nebo hovězím masem či sýrem. Dalším tradičním pokrmem jsou také huancaínské brambory (*papa a la huancaína*), skládající se z nakrájených vařených brambor, salátu a sýrové omáčky s olivami. Jedná se o pokrm, který se vyrábí ze snadno dostupných a levných surovin. Šéfkuchaři předních restaurací si jej však oblíbili pro jeho zajímavou chuťovou kombinaci, a stal se tak oblíbeným pokrmem mezi všemi vrstvami peruánské společnosti. Jedním z nejkonsumovanějších jídel mezi Peruánci je grilované kuře (*pollo a la brasa*). Začalo se vyrábět v Limě v 50. letech,

kdy si dva švýcarští emigranti (Roger Shuler a Franz Ulrich) nechali patentovat svůj vynález přístroje na přípravu kuřete na grilu. (Thorn, B., 2013)

Na celém pobřeží se velmi často vyskytují **čínské restaurace**, nazývané **chifas**. Čínský vliv se v Peru rozšířil obzvlášť v druhé polovině devatenáctého století, kdy do země hromadně přijížděli kantonsky mluvící dělníci¹³, a to za prací na farmách a ve městech. Potomci těchto imigrantů si osvojili originální způsob přípravy pokrmů, kdy pro přípravu svých tradičních receptů využívají v Peru dostupné druhy koření. (Ferreira, C., Dargent-Chamot, E., 2003)

Dezerty pobřeží jsou většinou různými variacemi původních španělských dezertů. Například *alfajores* – sušenky slepené krémem z kondenzovaného mléka – jsou připravovány podle upraveného španělského receptu, protože některé suroviny jako med, oříšky, koriandr, atd. byly v Peru příliš drahé či nedostupné. Na ulicích nejběžněji prodáváná sladkost jsou pak *picarones*. Jsou to sladké smažené kroužky z dýňového těsta. Vznikly jako náhrada španělských *buñuelos* během koloniálního období, jejichž výroba byla příliš finančně náročná vzhledem k nutnosti užití vaječného krému a citronové kůry.

Již několikrát bylo zmíněno **pisco** – jednou destilovaná pálenka z fermentované šťávy vinné révy, která je čirá a aromatická dle vybraných hroznů. Peruánci o pisco říkají, že skrývá všechno teplo peruánského slunce. Jsou na tento nápoj velmi hrdí, což potvrzuje i ocenění z roku 1988, kdy se pisco stalo oficiálně **Kulturním dědictvím národa**. Nejznámější koktail vyráběný z pisca je pak **pisco sour**, který byl vynalezen ve dvacátých letech barmanem v Limě. Jedná se o spojení šťávy z limetek, cukru, ledu a pisca. I tento koktail získal později to samé ocenění, Kulturním dědictvím národa se stal v roce 2007. Další kulturní ikonou Peru je pak **Inca Kola** – perlivá limonáda s citronovou příchutí. Je to nápoj všech společenských vrstev Peruánců, denně jej konzumují návštěvníci těch nejobyčejnějších a nejlevnějších ale i těch nejluxusnějších restaurací. Peru se svou Inca Kolou je navíc jediným státem na světě, ve kterém má národní nápoj vyšší prodeje než Coca-Cola. Nápoj je jednoznačně dalším symbolem národní identity Peruánců, konzumuje se totiž po celé zemi a je tak dalším gastronomickým sjednocovacím prvkem mezi třemi geograficky a kulturně odlišnými regiony.

¹³ Kantonština je dialekt čínštiny, jímž se hovoří v Kantonu, Hongkongu a v přilehlých jihočínských provinciích. Tomuto nářečí mluvčí spisovné čínštiny nerozumí.

3.4 Vnitrozemí – sierra

Andy jsou regionem, jehož kuchyně si zachovala mnohem více tradiční ráz než kuchyně pobřeží, tedy má více společného s původní inckou kuchyní. Jejich strava je založena na kukuřici, nesčetných druzích hlíz a **bramborách**. Těch mají Peruánci více než 230 druhů a 5000 různých odrůd. Již první obyvatelé země totiž konzumovali jejich divoké druhy a první zemědělci je mezi sebou nechávali křížit. Vznikly tak hybridy větší, méně hořké a přizpůsobené podmínkám půdy a klimatu peruánských And. Za kolébku brambor jsou považována pole v okolí jezera Titicaca. Pro inckou kuchyni byly a jsou typické také masité výrobky z alpaky či z morčete.

Obyvatelé And si zachovali až do současné doby také původní primitivní způsob vaření. Ten je reprezentován *pachamancou*. Pro její přípravu je třeba vykopat jámu do země a vložit kameny, které se předtím několik hodin nahřívaly ve žhavém popelu. Na kameny se potom nakladou různé druhy masa a zeleniny (obzvláště bílé fazole, brambory a kukuřice). Mezi ně se položí také svázané aromatické listy a kusy látek na ochranu jídla. Celá jáma se zakope a po několika hodinách je pokrm připravený ke konzumaci. Vzhledem ke zdoluhavé přípravě je pokrm obvykle připravován pouze na andských slavnostech, ovšem v současné době se rozvíjí trend restaurací nacházejících se obzvláště v okolí Limy, kam celé rodiny z velkoměsta dojíždějí za konzumací *pachamancy* a za čerstvým vzduchem. Pro mnohé návštěvníky může být šokující následující pokrm, který je pro peruánské Andy typický – pečené morče (*cuy chactado*). Význam tohoto zvířete jakožto součásti stravy dokazuje například replika Da Vinciho *Poslední večeře* v katedrále v Cuscu, kde Ježíš a jeho dvanáct apoštolů sedí kolem talíře s morčetem. Morče je obvykle podáváno jako celek i s hlavou, a má chuť podobnou králíkovi nebo divoké drůbeži. (Rachowiecki, R., 2009) Tradičním andským pokrmem je také *olluquito con charqui*. Hlavní ingrediencí je olluco, nažloutlá hlíza, která byla pěstována již předinckými kulturami. Od brambor se odlišuje povrchem, který je při vaření více křupavý. *Charqui* je metoda úpravy masa nasolováním a dehydratací – od tohoto kečuánského slova je odvozeno anglické *jerky*, tedy sušené maso. Místní Indiáni si osvojili také speciální techniku úpravy hlíz, protože mnohé druhy obsahují velké procento alkaloidů a jsou tak jedovaté a bez správné úpravy nepoživatelné. Tzv. **metoda chuño** využívá tamějších extrémních teplotních výkyvů podnebí. Hlízy se namočené ve vodě nejdříve vystavují nočnímu mrazu, a když pak ve dne voda rozmrzne, odstraňuje se z hlíz vrchní slupka

a tekutina, čímž se odplaví nežádoucí alkaloidy. Pak se hlízy vysoušejí vystavené slunečním paprskům. (Šimková-Broulová, K., 2012)

Arequipa je město nacházející se na přírodní hranici mezi pobřežím a andským regionem. Taky proto se tu prolíná tradiční kuchyně těchto dvou odlišných území. Pro Arequipu a její distrikt je klasickým typem restaurace *picantería*, pro kterou jsou typické pálivé pokrmy, jak už vyplývá z jejího názvu (*picar* znamená pálit). Jedním takovým pokrmem je *rocoto relleno*, jeden ze symbolů tohoto „bílého města“. Jedná se o pálivou papriku rodu *Capsicum pubescens*, která je vařena pro snížení pálivosti a následně plněna směsí mletého hovězího masa a zalita sýrem.

Specifickým ovocem pro Andy je *lúcuma*. Je k dostání právě pouze v andském regionu a mimo území Peru také v několika peruánských restauracích v USA. Z *lúcumy* jsou v Andách vyráběny džusy, zmrzlina a také různé koktejly. Typickým nápojem sierry je však *chicha*, fialový nápoj vyráběný z tmavé kukuřice, jeho alkoholickou verzí je pak *chicha de jora*, kterou obyvatelé And pijí při většině slavnostních příležitostí.

3.5 Džungle – selva

Strava kmenů žijících v hloubi Amazonské džungle je velmi odlišná od stravy obyvatel And a pobřeží. Na gastronomických festivalech v zemi se ale čím dál častěji objevují reprezentanti peruánské selvy, a prostřednictvím gastronomie se tak šíří povědomí o životě a kultuře skupin žijících v izolaci od zbytku obyvatel.

Andy jsou nesmírně bohaté na mnoho druhů ovoce, které jsou důležitou ingrediencí mnohých receptů. Místní obyvatelé sice nemají přístup k moři, ale vodní živočichy loví v řekách tvořících hustou síť na území celého Amazonského pralesa. Amazonie je bohatá také na mnoho druhů suchozemských i vodních želv. Lovení a konzumace želv je však v Peru ilegální, proto jsou pokrmy z nich těžko dostupné a velmi drahé, zásadně se neprodávají ve formě *à la carte*. Mezi další zvěř patřící do amazonského jídelníčku se řadí *majas* - velká amazonská krysa, *sajino* – pekari páskovaný, *agouti* – různé druhy jihoamerických hlodavců a také různí amazonští savci, obecně označovaní jako „*carne de monte*“ – maso džungle. Za delikatesu je také považovaný černý kajman, jehož lov je ovšem taktéž ilegální.

Nejoblíbenějším pokrmem pralesa je *juane* – druh *tamales*¹⁴ vyrobené z rýže a kuřecího masa zabalené v banánových listech, které dodají *juane* specifickou chuť. Vzhledem k tomu, že banánové listy musí být čerstvé a mimo Amazonii nerostou, kvalitní *juane* je připravováno velice výjimečně v některých limských restauracích. Další gastronomickou specialitou je *paiche*, bělomasá ryba měřící někdy téměř dva metry. Obvykle se konzumuje s maniokem či s tapiokem¹⁵, se zeleninou či s banány. Dalším pokrmem specifickým pouze pro Amazonii je palmový salát, který se v džungli nazývá *chonta*. Běžně k dostání je zakonzervovaná pod názvem „palmové srdce“, kdy je tato zelenina získávána z pupenů některých palm podávána nakrájená na větší kusy. V peruánské selvě ji však krájí na proužky, které na první pohled připomínají špagety. *Chonta* se pak většinou jí jako salát s olivovým olejem, octem, solí a pepřem.

Nápoji typickými pro tento region jsou pak *té de uña de gato* a *chapo*. *Té de uña de gato* je čaj vyráběný z typické andské rostliny, v překladu nazývané „kočičí pracka“, konzumovaný pro své léčivé účinky. *Chapo* se vyrábí ze sladkých banánů, vody a koření. Typicky je podáván tento nápoj teplý při posezení u ohně. (Ferreira, C., Dargent-Chamot, E., 2003)

¹⁴ Tamales se připravují z kukuřičného těsta, které se připravuje tak, že se kukuřičná zrna nejprve namočí, poté se vaří v alkalické směsi ve vápenaté vodě a teprve potom se oloupe. Takto připravené zrno se následně vymyje a později umele, čímž vznikne masa, která se potom nechá usušit a dále se používá.

¹⁵ Tapioca jsou kuličky ze škrobu získaného z kořene Manioku.

4 Svátky, slavnosti a festivaly spojené s gastronomií

Peru má přes 3000 tradičních svátků, z nichž některé se slaví po celé zemi a některé jen v určitých regionech. Většina z nich je pořádána za účelem uctění některého svatého. Jde o svaté, jejichž uctívání bylo v Peru zavedeno kolonialisty, jednotlivé obřady a někdy i samotná podstata svátku se ovšem změnily, protože je ovlivnila tradiční magie a náboženství andských regionů. Příkladem může být Slavnost Těla a Krve Páně (Corpus Christi) v Cuzcu. Tento křesťanský svátek, jehož oslavy zavedli v Peru Španělé, Peruánci přijali za svůj a oslavují jej podle pravidel původního inckého rituálu. Některé svátky, obzvlášť ve vysokohorských vesnicích či v džungli, zůstaly ovšem nedotčeny koloniálním vlivem a zachovaly si tak svůj původní význam – váží se ke starověkým mýtům či datům významným pro zemědělský cyklus.

Pro Peruánce je každý svátek také gastronomickou událostí. Při příležitosti mnoha svátků a slavností se připravují tradiční pokrmy pro ten který den, u některých je zase tradicí příprava všech tradičních pokrmů města, ve kterém se odehrává. Význam gastronomie potvrzuje také existence svátků, které nesou název konkrétního pokrmu či nápoje. V peruánském kalendáři se tak nacházejí oficiální svátky jako Den Pisco Sour, Den Chicharón Peruano, Den Kuřete na grilu atd. Stále také vznikají nové gastronomické festivaly představující ideální příležitost jak se seznámit s autentickou peruánskou kuchyní, a to obzvlášť pro návštěvníky ze zahraničí.

4.1 Nejdůležitější svátky, slavnosti a sváteční pokrmy

Z nesčetných svátků je jedním z nejvýznamnějších již výše zmíněná **Slavnost Těla a Krve Páně (Corpus Christi)**. Slaven je 60 dní po Velikonocích. Je významnou červnovou událostí po celém Peru, ale hlavní oslavy se konají ve městě Inků, v Cuzcu. Městem prochází obrovské procesí, ve kterém zástupci každé farnosti z regionu nesou podobiznu svého svatého patrona. Hlavní oslavy probíhají ve večerních hodinách, kdy je podáváno dvanáct typických pokrmů, nejznámějším z nich je *chiri uchu*. Dále je podáván kukuřičný chléb, pije se pivo a *chicha*. *Chiri uchu* je kečuánský výraz, který v překladu znamená „pálivá paprička“. Je tradiční součástí gastronomie Cuzca. Jedná se o směs masa z husy

a z morčete s tortillami, kozím sýrem, uzeninou, salámem a dalšími přísadami včetně pálivé papričky. Celý pokrm je podáván velmi chladný, protože se jedná o slavnost červnovou, kdy i ve vysokých nadmořských výškách bývají vysoké teploty. (Olivera, C., 2011).

Den všech svatých (El día de todos los santos) je pro Peruánce příležitostí uctít památku zesnulých pro ně specifickým způsobem. Po sváteční mši 1. listopadu se celé rodiny vypravují na hřbitov s květinami, jídlem a přenosnými přehrávači hudby. Celý zbytek dne totiž tráví oslavami na hrobech zesnulých, kde poslouchají hudbu, kterou měli jejich příbuzní rádi a konzumují jejich oblíbené pokrmy. V některých regionech se tyto sváteční pokrmy naopak podávají v domácnostech, protože rodina věří, že se v Den všech svatých duše zemřelých vrací domů, a tak je musí náležitě přivítat. Speciálně pro tento den jsou pečené tzv. *tantawawas* – piškotové chleby ve tvaru dítěte. Tyto chleby u sebe nosí rodiny, které postihlo úmrtí příbuzného v dětském věku, a když potkají dítě, které jim toto zesnulé dítě připomíná, obdarují jej jím.

Jedním z nejvýznamnějších svátků je také **Señor de los Milagros (Pán zázraků)**. Je pojmenován po obraze, který v 17. století namaloval neznámý africký otrok. Po velkém zemětřesení v 18. století, které zničilo téměř celé město, byla tato malba nalezena zcela nepoškozena, což bylo považováno za zázrak. V tento sváteční říjnový den (18. října) se všichni Peruánci oblékají do fialové a vyrazí do procesí procházejících centrem Limy. Ve znamení fialové barvy se pak nese celý říjen, který je proto nazýván „fialovým měsícem“ (*mes morado*). I tento svátek má své gastronomické speciality – obzvláště pokrmy, které se prodávají na ulicích během procesí. Speciálně pro tento den se připravuje *turrón de doña Pepa*, zákusek podobný medovníku pokladený barevnými sladkými konfetami a *mazmorra morada*, peruánský pudink z fialové kukuřice. (Pini, F., 2005)

Vánoce (Navidad) jsou mezi Peruánci svátkem oblíbeným a významným, většina populace jsou totiž římská katolíci. Některé tradice jsou velmi podobné těm evropským, další jsou ovlivněny historickým vývojem a jsou proto pro zemi specifické. Nejvýznamnějším dnem je 24. prosinec, tedy Štědrý večer (*Noche buena*). Rodiny se v tento den vypravují na večerní mši, ze které se vracejí kolem půlnoci, aby si šampaňským připily na narození Ježíše Krista. Vrcholem večera je ovšem slavnostní večeře, která se koná ještě před mší. Hlavním chodem této večeře je pečený krocan upravený po peruánském způsobu, to znamená více pálivého koření, než je běžné v severoamerických domácnostech,

a přítomnost pálivých papriček. Je podáváný s různými druhy salátů, jablečnou omáčkou a přílohami. Jako příloha se podávají také *tamales*. Dospělí si připíjejí šampaňským, dětským nápojem je pak typicky horká čokoláda připravená se skořicí a hřebíčkem. (Ferreira, C., Dargent-Chamot, E., 2003)

Co se týče **svátků velikonočních (*semana santa*)**, oslavy probíhají celý týden a končí velikonoční nedělí. Gastronomie Velikonoc se liší město od města, tyto odlišnosti zobrazuje následující tabulka:

Tabulka 5: Tradiční velikonoční pokrmy v několika městech

Město (region)	Název tradičního pokrmu	Popis
Ayacucho (sierra)	<i>Patasca</i>	Vydatná kukuřično-pšeničná polévka populární v oblasti sierry
Piura (costa)	<i>Ají de gallina</i>	Kuře na čili
	<i>Arroz con calamares</i>	Rýže s kalamáry
	<i>Malarrabia</i>	Vařené banány sypané sýrem podávané s fazolemi a rybu či skopovým masem
Cajamarca (sierra)	<i>Chicharrón con mote</i>	Škvarky se zrný kukuřice
	<i>Caldo verde</i>	Kapustová polévka s brambory
	<i>Picante de papa con cuy frito</i>	Pikantní směs brambor se smaženým morčetem
Trujillo (costa)	<i>Shámbar</i>	Vydatná pšeničná polévka s dušeným masem
	<i>Sopa teóloga</i>	Polévka s dušeným kuřecím nebo krůtím masem
Arequipa (sierra)	<i>Chupe de viernes</i>	Humrová polévka
	<i>Caldo de pascua</i>	„Velikonoční polévka“ – kuřecí vývar
Cuzco (sierra)	<i>Chanco al horno/ lechón al horno</i>	Pečené vepřové
	<i>Chuño cola/Lawa de chuño</i>	Kukuřičná polévka
	<i>Olluquito con charqui</i>	Brambory se sušeným masem
Jalca grande (selva)	<i>Cazuela</i>	Mix kuřecího, hovězího, vepřového masa a ryb
	<i>El cuy adererezado y frito</i>	Smažené morče na koření

Zdroj: About.com; dostupné z: http://enperu.about.com/od/regiones_y_ciudades/tp/Como-se-celebra-Semana-Santa-en-Peru.htm

Každý den se nese ve znamení procesí, která zobrazují výjevy ze života Ježíše Krista. Většina z nich probíhá ve smutečném duchu – například na Velký pátek prochází procesí nesoucí obraz ukřižovaného Krista po ulicích vysypaných bílými růžemi obklopených davem nesoucím svíce, zpívajícím smuteční žalmy a šeptajícím modlitby. Veselé oslavy začínají až na Velikonoční neděli, kdy se slaví Kristovo zmrtvýchvstání. Oslavy se však liší region od regionu, v Andách se při nich jasně projevuje fúze kultury andské a křesťanské. Například v Cuzcu začínají oslavy v pondělí, kdy je oslavován Pán zemětřesení - Taitacha Temblores. Na velký pátek se pak pořádají oslavy na počest Ježíše Krista.

4.2 Gastronomie tradičních festivalů

Mezi tradiční festivaly zajisté patří **karnevaly**, které jsou jednou z tradic, jež je projevem vlivu římsko-katolické církve na latinsko-americkou kulturu. Jsou typické obzvlášť pro andskou oblast, jejich průběh je ovšem odlišný region od regionu. Společným rysem všech karnevalů je rituál *yunza*, který se v džungli nazývá *umisha* a na pobřeží *cortamonte*. Při tomto rituálu se všichni účastníci snaží za tance pomocí mačet a seker skácet strom, na kterém jsou navěšeny různé dárky. Pokrmy typickými pro karneval jsou *puchero* a *sancochado*. Jedná se o arapaimu¹⁶, indiány nazývanou *paiche*, podávanou s maniokem, s banánem a se salátem z cocony¹⁷, cibule a papriček.

Oslavy Slunce (Inti raymi) jsou novodobou verzí rituálů, které byly prováděny ještě za existence Incké říše. Šlo o ceremoniály na oslavu jednoho z nejvýznamnějších bohů – boha Slunce. Protože všechny oslavy probíhají v Cuzcu, připravují se typické pokrmy tohoto města. Jde například o *pepián de cuy* (guláš z morčerte), *queso kapchi* (mix sýrů, fazolí, cibule a brambor) a *timpu o puchero* (vývar z různých druhů masa, se zeleninou a s brambory).

Ve městě Puno nacházejícím se ve výšce téměř 4 000 m. n. m. na březích vysokohorského jezera Titicaca probíhají na přelomu ledna a února oslavy nazývané **Mamacha Candelaria** neboli Panna z Candelairy. Festival je spojen s před-koloniálními zemědělskými cykly zasetí a sklizení úrody, ale také s těžebními aktivitami, které zde probíhaly. Hlavní tanec

¹⁶ Arapaima velká (Arapaima gigas), indiány nazývaná pirarucú nebo paiche, patří mezi největší sladkovodní ryby. Žije ve vodách Amazonky a jejích přítoků, obývá i stojaté vody, jezera, zaplavené oblasti i bažiny.

¹⁷ Cocona, neboli *solanum sessiliflorum* je tropický keř, který má plody v podobě červených, oranžových nebo žlutých bobulí.

festivalu – tanec démonů (*diablada*) – byl údajně vytvořen horníky, kteří, uvěznění v zasypaném dole, odevzdali své duše panně z Candelairy. V procesích procházejících městem je hlavní postavou právě panna z Candelairy, na jejíž počest se festival koná. Připravují se pokrmy typické pro Puno, a to obzvlášť *chupe de quinua* (polévka z quinuy¹⁸), *trucha frita* (smažený pstruh) nebo *chicharrón de alpaca* (škvarky z alpaky). (Ferreira, C., Dargent-Chamot, E., 2003)

4.3 Novodobé gastronomické festivaly

Gastronomické festivaly jsou pro Peru tou nejlepší příležitostí, jak šířit povědomí o kvalitě peruánské národní kuchyně. Účast na zahraničních gastronomických festivalech je v tomto ohledu také přínosná, ovšem vzhledem k rozmanitosti peruánské gastronomie zde země nemůže prezentovat toto kulturní bohatství jako celek. K tomu slouží právě festivaly pořádané v Peru, jejichž rostoucí obliba mezi místními i turisty přitahuje pozornost zahraničních médií, což je pro zemi nejlepší způsob propagace. Návštěvnost těchto festivalů každý rok roste, stejně jako jejich počet – v současné době má Peru již **pět celonárodních festivalů**, z nichž se jeden (Mistura), v posledních letech stává festivalem mezinárodním.

4.3.1 Mistura

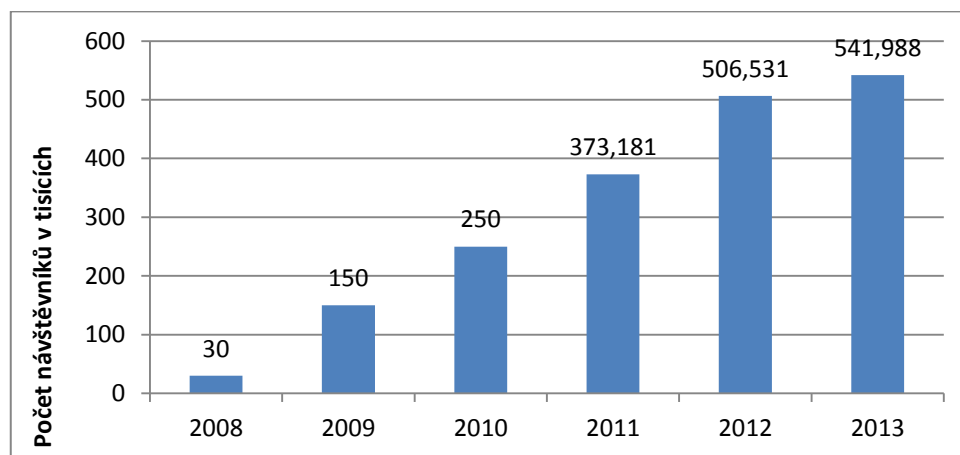
Mistura, festival jídla a nápojů, se odehrává během srpna v hlavním městě Peru – v Limě. Pro tento festival je typické, že celý festivalový prostor je rozdělen do různých tzv. světů. Jedná se o svět quinuy, kakaa a čokolády, kávy, anticuchos, pečiva, ceviche, pokrmů z Limy, z Amazonie, z jižního a ze severního Peru, Andských pokrmů, chify a japonských pokrmů a o svět grilovaných pokrmů. Účastníci mohou využít také tzv. Velký trh (el Gran Mercado), kde se nacházejí stánky pěstitelů potravin z celého Peru, a na jednom místě zde tak lze pozorovat obrovskou rozmanitost, co se týče zemědělských plodin země. Během festivalu se také konají různé přednášky a kulturní prezentace, včetně hudebních a tanečních vystoupení. V roce 2013 byla hlavním tématem festivalu voda. Konkrétně bylo toto téma nazváno „Voda a hydrobiologické zdroje“. V souvislosti s tím bylo v prostorách festivalu umístěno velké akvárium, kde mohli návštěvníci pozorovat typickou podmořskou

¹⁸ Quinoa (quinoa) je prastará bylina peruánských And, která se pěstovala již před 5 000 lety. Tato bylina dorůstající do výšky až 2 m byla pro Inky a Aztéky nejen každodenní stravou a životabudičem, ale rovněž ji využívali k mytickým účelům.

faunu a flóru pro peruánské břehy. Součástí festivalu bylo také *Choco Expo Peru*, tedy workshopy a prezentace pořádané odborníky na čokoládu z celého světa. (Chase, R., 2013)

I na růstu počtu návštěvníků tohoto festivalu lze vidět, jak rychlý je růst významu peruánské gastronomie:

Graf 5: Počet návštěvníků festivalu Mistura



Zdroj: Apega, 2013, str. 76; dostupné z:

http://apega.pe/descargas/contenido/boom_gastronomico_peruano_al_2013_web.pdf

4.3.2 Perú, mucho gusto

V roce 2006 oficiální peruánský propagační orgán *PromPerú* vytvořil značku *Perú, Mucho Gusto*, a to speciálně za účelem propagace peruánské gastronomie v zemi i v zahraničí. Od roku 2010 je v rámci propagace pořádán také festival *Perú, mucho gusto*. Samotná značka má za cíl prezentovat gastronomii jako celek. Proto se také na tomto festivalu nacházejí stánky z různých administrativních regionů Peru, a také ze všech přírodních regionů. Stánky zde mají jednotlivé restaurace, ale také zástupci významných trhů, kde nabízejí ochutnávky lokálních potravin od sýrů až po typické alkoholické nápoje. V roce 2013 se tento festival konal v Tacně, v městě nacházejícím se blízko hranic s Chile. I proto se podle agentury Andiny festivalu zúčastnilo více než 5000 Chilanů z celkového počtu 35000 návštěvníků. Nejlepším pokrmem festivalu bylo vyhlášeno *rocoto relleno*, specialita jihoperuánského města Arequipa. (El Comercio; dostupné z: <http://elcomercio.pe/gastronomia/peruana/feria-peru-mucho-gusto-tacna-congrego-mas-35-mil-visitantes-noticia-1584780>)

4.3.3 Festisabores

Vzhledem k tomu, že Arequipa je spolu s Limou nejvýznamnější gastronomickou destinací, má i toto město svůj vlastní gastronomický festival. Jedná se o prezentaci pokrmů samotného města i okolí, které letos již sedmým rokem pořádá *Arequipská asociace pro gastronomii* (AGART) a *Asociace podnikatelů Cerro Juli*. Tento festival nabízí mnoho přednášek a diskuzí s odborníky na gastronomii, určených obzvláště pro rostoucí počet studentů gastronomie. Návštěvníci mohou ve většině stánků nejen ochutnávat typické pokrmy, ale také pozorovat jejich přípravu. Celý festival je pojat také jako prezentace cestovního ruchu a kultury, sjíždějí se zde taneční i hudební soubory z celého regionu. Návštěvnost tohoto festivalu je podobná jako u festivalu *Perú, mucho gusto*, jedná se přibližně o 35 tisíc návštěvníků v roce 2013. (Festisabores; dostupné z: <http://www.festisabores.com/index.html>)

Shrnutí

Peruánská gastronomie je symbolem úspěšného boje proti předsudkům v peruánské společnosti. Gastón Acurio, špičkový šéfkuchař původem z Limy, je si toho dobře vědom. Díky jeho práci se restaurace vrátily k přípravě tradičních receptů peruánské kuchyně a nejslavnější pokrmy, jako je *ceviche* či *cuy chactado*, se tak nestaly pouze stravou konzumovanou v domácnostech a v nejlevnějších restauracích. Acurio má na svědomí také rozšiřování peruánských restaurací po světě, se kterým souvisí zvyšování poptávky po surovinách nejen v Peru, ale také v zahraničí. Také gastronomický cestovní ruch je na vzestupu. Tuto skutečnost potvrzují rostoucí příjmy z daného odvětví, zvyšující se počet restaurací i širší nabídka gastronomických zájezdů a prohlídek.

Gastronomie peruánský lid sjednocuje. Je tomu tak proto, že díky ní si obyvatelé tří odlišných regionů uvědomují, kolik toho mají společného. Každý ze tří regionů (*costa*, *selva*, *sierra*) má samozřejmě k dispozici odlišné suroviny a taktéž některé recepty, které jsou typické pouze pro danou oblast. Na druhou stranu jsou zde suroviny a pokrmy, které

jsou projevem toho, že obyvatelé vyspělého pobřeží i chatrčí v Andách mají společnou minulost související s Inckou říší a kolonizací.

Pobřeží je regionem mořských plodů, restaurací s čínsko-peruánskou kuchyní a tzv. picanterií, tedy restaurací s pálivým jídlem. Kuchyně regionu And je reprezentována většinou tradičních inckých receptů. Mnoho z nich je založeno na bramborech, které z tohoto regionu pocházejí, oblíbené je také morče a téměř ve všech pokrmech se objevuje kukuřice. Džungle disponuje surovinami, které jsou v ostatních částech země nedostupné. Mnoho pokrmů obsahuje různé druhy amazonského ovoce. Upravovány jsou také různé druhy hlodavců a savců, žijících pouze v Amazonském pralese.

Vzhledem k obrovské různorodosti peruánské kuchyně je pro návštěvníky, toužící poznat gastronomii jako celek, vhodná návštěva gastronomických festivalů. Ty jsou prezentací téměř všeho, co Peru nabízí. Na jednom místě se zde lze setkat s prodáváči mořských plodů z pobřeží i s pěstiteli nesčetných druhů brambor z andských horských vesnic. Zároveň zde lze pozorovat odlišné postupy při přípravě typických pokrmů. Jde například o *ceviche* – na festivalu lze ochutnat varianty tohoto pokrmu ze severu i z jihu země, které se od sebe liší přílohami i chutí. Pokud chce návštěvník pochopit vztah Peruánců k jejich kuchyni, výjimečnou příležitostí je návštěva oslav některého ze svátků a slavností. Během nich se totiž projevuje, jaký má pro obyvatele gastronomie význam – oblíbené pokrmy sdílejí s mrtvými a každý ze svátků má své typické pokrmy, jejichž příprava je brána velmi vážně jak v hlavním městě, tak ve vysokohorských vesnicích.

Závěr

Rozvoj cestovního ruchu v Peru má pro zemi mnoho pozitivních i negativních důsledků. Co se těch pozitivních týče, jedná se o obrovské příjmy (v roce 2011 to bylo 2360 milionů USD) a příliv kapitálu, které s sebou tento rozvoj přináší. Zvyšující se požadavky návštěvníků jsou pro zemi také impulsem ke zlepšování bezpečnosti a infrastruktury, rozšiřování přístupu k internetu, modernizaci zdravotnických zařízení a podpoře cenové konkurenceschopnosti. Negativně se tento rozvoj podepisuje obzvláště na životním prostředí. Především zvyšující se obliba expedic do hlubin Amazonského pralesa mění ráz krajiny, ve které v souvislosti s tímto rozvojem dochází k budování infrastruktury a materiálně-technické základny pro cestovní ruch.

Cílem této práce je charakterizovat kulturu a gastronomii Peru jako specifické destinace cestovního ruchu. K rychlému rozvoji cestovního ruchu přispívá právě přírodní a kulturní rozmanitost země. Jen málokterá země poskytuje vhodné podmínky pro tolik různých aktivit a je tak atraktivní destinací pro široké spektrum motivů cestovního ruchu. Vedle kulturně-poznávacího, plážového či sportovně orientovaného cestovního ruchu je Peru nepopíratelně také gastronomickou destinací. Je však třeba pochopit, jaký je rozdíl významu rozvoje cestovního ruchu samotného a rozvoje gastronomie. Práce se proto nejprve věnuje cestovnímu ruchu, jedná se obzvláště o faktické údaje významu pro ekonomiku a o návštěvnících. Význam gastronomie a gastronomického cestovního ruchu je vysvětlen až po charakteristice jednotlivých regionů, protože spočívá právě v tom, že obojí formuje sjednocovací prvek mezi regiony plnými kontrastů přírodních i kulturních. Následný výčet některých slavností a festivalů je zároveň také podáním hmatatelných důkazů rozvoje a významu gastronomie. Je důkazem o tom, že gastronomie je pro Peruánce nepostradatelnou součástí těch nejvýznamnějších dnů v roce a oblíbenost festivalů demonstruje rozmanitost tohoto kulturního dědictví.

Omezením práce je nedostatek podkladů pro zpracování kapitoly o peruánské gastronomii v České republice. Jak z této práce vyplývá, rozvoj gastronomického cestovního ruchu v Peru a ambice jednotlivců, kteří jej podporují, jsou předznamenáním rozšiřování tohoto peruánského národního pokladu do celého světa. Proto lze neexistenci konkrétně peruánské restaurace v České republice považovat za mezeru na trhu se značným potenciálem do příštích let.

Seznam použitých zdrojů

1/ Seznam publikací

- 1) *Encyclopedia Britannica*. (2002). Encyclopedia Britannica Editorial, London 2002. ISBN 9780852297872
- 2) FERREIRA, C., DARGENT-CHAMOT, E. (2003): *Culture and Customs of Peru: Culture and Customs of Latin America and the Caribbean*. Greenwood Publishing Group, Inc., 2003, Westport, str. 37 – 59. ISBN 0-313-30318-5
- 3) GRITZNER, CH., GRITZNER, Y. (2009): *Peru*. Infobase Publishing 2009, Chelsea, str. 50 – 56. ISBN 0-7910-7478-1
- 4) HJALAGER, A., RICHARDS, G. (2004): *Tourism and Gastronomy*. Psychology Press, 2004, str. 36 – 50. ISBN 9780203218617
- 5) KALMAN, B., SCHIMPKY, D. (2003): *Peru. The Land*. Crabtree Publishing Company 2003, New York. ISBN 0-7787-9341-9
- 6) KATZ, S., WEAVER, W. (2003): *Encyclopedia of Food and Culture*. Michiganská univerzita: Scribner, 2003. ISBN 9780684805672
- 7) KOTLÍKOVÁ, H. (2013): *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing a.s., 2013. ISBN 9788024746036
- 8) LONG, Lucy M. (2013): *Culinary Tourism*. Kentucky: University Press of Kentucky, 2013, str. 20-21. ISBN 9780813143781
- 9) MLEJNKOVÁ, L. kol. (2009): *Služby společného stravování*. Vysoká škola ekonomická v Praze. Nakladatelství Oeconomica. Praha 2009. ISBN 978-80-245-1592-2
- 10) PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): *Cestovní ruch – výkladový slovník*. Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80-239-0152-4
- 11) *Peru: Country Program Evaluation for the World Bank Group 2003-09*, (2011). World Bank Publications, 2011. s. 26 – 30. ISBN 97808213857
- 12) PETRŮ, Z. (2007): *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5
- 13) PINI, F. (2005): *El Rostro de un Pueblo: Estudios Sobre el Señor de Los Milagros*. Universidad Católica Sedes Sapientiae, 2005, Lima. ISBN 9789972992919
- 14) RACHOWIECKI, R. (2009): *Peru*. National Geographic Society, 2009, New York. ISBN 9781426203909

- 15) ROEDL, B. (2007): *Dějiny Peru a Bolívie*. Nakladatelství NLN, s.r.o. 2007, Praha. ISBN 978-80-7106-839-6
- 16) VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M., HOLEŠINSKÁ, A., METELKOVÁ, P. (2006): *Základy cestovního ruchu*. Masarykova univerzita 2006, Brno. ISBN 80-210-4167-6

2/ Periodika

- 17) Estudios y Perspectivas en Turismo. OLIVEIRA, S. (2011): *La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino*. Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2011, ročník 20., č. 3, str. 264. ISSN: 1851-1732
- 18) Lidé a Země. NÍDR, T. (2013): *Kolébka peruánských dějin*. Praha: Mladá fronta a.s., 2013, ročník 62., č. 10, str. 38, 52 – 57. ISSN: 0024-2896
- 19) Parlante. TORRES, C. A. V. (2011): *Hacemos de la cocina un instrumento de orgullo*. Cusco: Centro Guaman Poma de Ayala, 2011, ročník 8., č. 9, str. 10 – 12. ISSN: 0211-9803

3/ Ostatní tištěné zdroje

Akademické práce

- 20) FECKOVÁ, L.: *Gastronomía Talianska a prevádzka gastronomických zariadení v Taliansku*. Praha, 2013. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Ing. Lena Mlejnková

4/ Internetové zdroje

- 21) AGNUNG, W. a kol.: *Peru's Tourism Cluster* [online], Institute for Strategy and Competitiveness, 2010, str. 26, [cit. 19. 3. 2014]. Dostupné z: http://www.isc.hbs.edu/pdf/Student_Projects/Peru_Tourism_2010.pdf
- 22) CHASE, R.: *Everything you need to know about Mistura 2013* [online], Peru this Week, 2013, [cit. 18. 4. 2014]. Dostupné z: <http://www.peruthisweek.com/food-everything-you-need-to-know-about-mistura-2013-100774>
- 23) *Comprehensive Culinary Travel Survey* [online], Travel Industry Association, Gourmet and International Culinary Tourism Association, 2007, New York, [cit. 9. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.ustravel.org/news/press-releases/comprehensive-culinary-travel-survey-provides-insights-food-and-wine-travelers>

- 24) *Cooking up a business cluster* [online], The Economist, 2014, [cit. 19. 3. 2014].
Dostupné z: <http://www.economist.com/news/americas/21596956-peruvian-gastronomic-revolution-continued-cooking-up-business-cluster#sthash.hJo4Y0HU.dpbs>)
- 25) *Culinary (or gastronomic) tourism*. [online]. [cit. 2013-12-04]. Dostupné z: <http://www.onecaribbean.org/content/files/CulinaryCaribbeanNicheMarkets.pdf>
- 26) *El boom de la cocina peruana* [online], Clasco, 2009, Lima, str. 173, [cit. 16. 3. 2014].
Dostupné z: http://biblioteca.clacso.edu.ar/Peru/desco/20100312102627/08_Valderrama.pdf
- 27) *El Boom Gastronómico Peruano al 2013* [online], Apega, 2013, Lima, str. 38, [cit. 24. 3. 2014]. Dostupné z: http://apega.pe/descargas/contenido/boom_gastronomico_peruano_al_2013_web.pdf
- 28) *Feria Perú, mucho gusto Tacna congregó más de 35 mil visitantes* [online], El Comercio, 2013, [cit. 18. 4. 2014]. Dostupné z: <http://elcomercio.pe/gastronomia/peruana/feria-peru-mucho-gusto-tacna-congrego-mas-35-mil-visitantes-noticia-1584780>
- 29) *Festival* [online], Festisabores, [cit. 18. 4. 2014]. Dostupné z: <http://www.festisabores.com/index.html>
- 30) HALL, M. a kol.: *Food Tourism Around the World* [online]. Butterworth-Heinemann, 2003, ISBN 978-0-7506-5503-3, str. 11 [cit. 9. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/book/9780750655033>
- 31) INGA, C., GURTADO, C.: *El turismo gastronómico moverá más de US\$700 millones este año* [online], El Comercio, 2013, [cit. 19. 3. 2014]. Dostupné z: <http://elcomercio.pe/economia/peru/turismo-gastronomico-movera-mas-us700-millones-este-ano-noticia-1661146>
- 32) *International tourism, number of arrivals* [online], The World Bank, [cit. 11. 3. 2014].
Dostupné z: <http://search.worldbank.org/data?qterm=tourism&language=EN&format=>
- 33) *Inventario de Recursos Turísticos del Perú* [online]. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2011, [cit. 27. 2. 2014]. Dostupné z: <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/OTROS/inventario%20turistico/pais.asp>)
- 34) *Jídlo je důležité: kulinářská turistika* [online], Tourism-review.cz, 2012, [cit. 9. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.tourism-review.cz/obliba-kulinarske-turistiky-roste-news3184#59tRz7VO6aborPvd.99>
- 35) KHALIP, A.: *Inca ruins cede to gastro-tourism in Peru* [online], Reuters, 2007, Lima, [cit. 19. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.reuters.com/article/2007/02/19/us-peru-food-idUSN3030059920070219>
- 36) *Modul zaměstnanosti cestovního ruchu* [online], Český statistický úřad, 2013, [cit. 9. 1. 2014]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu

- 37) OLIVERA, C.: *El chiri uchu – plato típico en corpus christi* [online], De arte y cultura, 2011, [cit. 18. 4. 2014]. Dostupné z: http://www.dearteycultura.com/chiriuchu-plato-tipico/#.U1ENm_mSzRh
- 38) *Peru: a country study* [online], Library of Congress, 2010, Washington, D. C., ISBN 0844407747, [cit. 15. 3. 2014]. Dostupné z: <http://lcweb2.loc.gov/frd/cs/petoc.html>
- 39) *Peru – základní informace o teritoriu* [online], Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, [cit. 26. 2. 2014]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/jizni_amerika/peru/
- 40) ŠIMKOVÁ-BROULOVÁ, K.: *Skutečný poklad ze země Inků* [online], Lidé a Země, 2012, [cit. 23. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.lideazeme.cz/clanek/skutečný-poklad-ze-zeme-inku>
- 41) *The best and the worst of the world's tourism logos* [online], 99 Designs, 2013, [cit. 27. 2. 2014]. Dostupné z: <http://99designs.com/designer-blog/2013/03/12/the-best-and-worst-of-the-worlds-tourism-destination-logos/>
- 42) *The Peru Travel & Tourism Competitiveness Report 2013* [online], World Economic Forum, 2013, Geneva, ISBN 978-92-95044-71-5, [cit. 27. 2. 2014]. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Peru_CompetitivenessReport_2013.pdf
- 43) *The world factbook* [online], Central Intelligence Agency, 2014, [cit. 24. 3. 2014]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pe.html>
- 44) THORN, B.: *3 emerging cuisines* [online], Nation's Restaurant News, 2013, [cit. 20. 3. 2014]. Dostupné z: <http://nrn.com/what039s-hot/3-emerging-cuisines>
- 45) *Tourism in Lima – Lima Culinary Tour by Day* [online], The Lima Gourmet Company, [cit. 19. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.limagourmetcompany.com/lima-tour-day.html>
- 46) *Viajes a Peru* [online], Vivencia Andina Viajes, [cit. 28. 2. 2014]. Dostupné z: <http://www.vivenciaandina.com/viajes-a-peru/peru-mapa.htm>
- 47) *World Food Travel Association* [online], [cit. 9. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.worldfoodtravel.org/>
- 48) ZIZEK., M.: *¿Cómo se celebra Semana Santa en Perú?* [online], About.com, [cit. 18. 4. 2014]. Dostupné z: http://enperu.about.com/od/regiones_y_ciudades/tp/Como-se-celebra-Semana-Santa-en-Peru.htm

Seznam tabulek

Tabulka 1: Souhrnné ukazatele zaměstnanosti v cestovním ruchu v ČR v letech 2003-2011	8
Tabulka 2: Výkon odvětví cestovního ruchu - 2003, 2008	20
Tabulka 3: Vybrané ukazatele výkonu odvětví cestovního ruchu a ekonomiky	20
Tabulka 4: Porovnání - roční růst HDP a sektoru restaurací	32
Tabulka 5: Tradiční velikonoční pokrmy v několika městech	41

Seznam obrázků a grafů

Obrázek 1: Peru - mapa	16
Obrázek 2: Logo Peru	24
Graf 1: Vztah jídla a cestovního ruchu	12
Graf 2: 15 národností nejčastěji navštěvujících Peru (2012)	22
Graf 3: Etnické skupiny Peru	27
Graf 4: Růst počtu restaurací	33
Graf 5: Počet návštěvníků festivalu Mistura	44

Seznam příloh

Příloha 1: Slovníček pojmů Peru a peruánské gastronomie	54
Příloha 2: Chicha morada.....	56
Příloha 3: Pisco a pisco sour	56
Příloha 4: Ceviche.....	56
Příloha 5: Seco de cabrito	56
Příloha 6: Pepián	56
Příloha 7: King Kong.....	56
Příloha 8: Causa Limeña	56
Příloha 9: Lomo saltado	56
Příloha 10: Suspiro a la Limeña	56
Příloha 11: Chupe de camarones.....	56
Příloha 12: Anticuchos.....	56
Příloha 13: Empanadas.....	56
Příloha 14: Papa a la huancaína.....	57
Příloha 15: Alfajores	57
Příloha 16: Picarones	57
Příloha 17: Inca Kola	57
Příloha 18: Pachamanca	57
Příloha 19: Cuy chactado	57
Příloha 20: Olluquito con charqui	57
Příloha 21: Rocoto relleno	57
Příloha 22: Chiriuchu	57
Příloha 23: Tantanawas	57
Příloha 24: Turrón de doña Pepa.....	57
Příloha 25: Ají de gallina	57
Příloha 26: Malarrabia.....	58
Příloha 27: Chicharrón con mote	58
Příloha 28: Caldo verde.....	58
Příloha 29: Caldo de pascua	58
Příloha 30: Chanco al horno.....	58
Příloha 31: Puchero	58
Příloha 32: Sancochado.....	58
Příloha 33: Queso kapchi	58
Příloha 34: Chupe de quinua	58
Příloha 35: Trucha frita	58

Příloha 1: Slovníček pojmů Peru a peruánské gastronomie

agouti	různé druhy jihoamerických hlodavců a drobných savců
ají	pálivá paprička
ají de gallina	kuře na čili
alfajores	sušenky slepené krémem z kondenzovaného mléka
Altiplano	rozsáhlá náhorní plošina oddělující horské masivy západních a východních And
anticuchos	špízy z hovězího masa
arapaima	jedna z největších sladkovodních ryb
arroz con calamares	rýže s kalamáry
Aymara	andské indiánské kmeny a jejich jazyk
barriadas	chudinské čtvrti
caldo de pascua	„Velikonoční polévka“ – kuřecí vývar
caldo verde	kapustová polévka s brambory
carne de monte	maso džungle
cazuela	mix kuřecího, hovězího, vepřového masa a ryb
Ceviche	na kostky nasekaná syrová bílá ryba bez kostí připravovaná marinováním v limetkové šťávě
ceviche de conchas negras	s černými lasturami
chancho al horno/ lechón al horno	pečené vepřové
charqui	metoda úpravy masa nasolováním a dehydratací
chicha de jora	alkoholický nápoj z kukuřice
chicha morada	fialový nápoj vyráběný z tmavé kukuřice
chicharrón con mote	škvarky se zrnky kukuřice
chicharrón de alpaca	škvarky z alpaky
chifa	restaurace s čínsko-peruánskou kuchyní
chiriuchu	pálivá paprička
chonta	palmový salát
chuño	metoda přípravy brambor
chuño cola/Lawa de chuño	kukuřičná polévka
chupe de camarones	krevetová polévka
chupe de quinua	polévka z quinuy
chupe de viernes	humrová polévka
cocina novoandina	nový kulinářský styl navazující na incké tradice
cocona	tropický keř, který má plody v podobě červených, oranžových nebo žlutých bobulí.
cortamonte	taneční karnevalový rituál
costa	pobřeží
cuy chactado	pečené morče
diablada	tanec démonů
dulce de leche	sladký dezert vytvořený pomalým vařením kondenzovaného mléka
empanadas	taštičky plněné masovou či jinou směsí
juane	pokrm z ráže zabalený v banánových listech
lomas	pískové duny
lomo saltado	malé kousky hovězího masa s cibulí, hranolky, chilli papričkou a s bílou rýží
lúcuma	exotické ovoce
majas	velká amazonská krysa
malarrabia	vařené banány sypané sýrem podávané s

	fazolemi a rybu či skopovým masem
mazamorra morada	peruánský puding z fialové kukuřice
mes morado	fialový měsíc
Navidad	vánoce
Noche buena	Štědrý večer
olluco	nažloutlá hlíza
olluquito noc charqui	andský pokrm z hlíz
pachamanca	maso a zelenina vařené v jámě v zemi
paiche	bělomasá amazonská ryba
papa a la huancaína	nakrájené vařené brambory, salát a sýrová omáčka s olivami
patasca	vydatná kukuřično-pšeničná polévka populární v oblasti sierry
pepián	kukuřice vařená s cibulí a česnekem
pepián de cuy	guláš z morčete
picante de papa con cuy frito	pikantní směs brambor se smaženým morčetem
picantería	restaurace s pálivými pokrmy
picarones	sladké smažené kroužky z dýňového těsta
Pisco	pálenka z fermentované šťávy vinné révy
Pisco sour	koktail z Pisca
pollo a la brasa	grilované kuře
puchero	karnevalový pokrm z ryb
puna	rozsáhlé travnaté stepi
Quechua	andské indiánské kmeny a jejich jazyk
queso kapchi	mix sýrů, fazolí, cibule a brambor
quinua	prastará bylina peruánských And
reconquista	získání zpět území dobytého kolonisty
rocoto relleno	pokrm z pálivé papriky
sajino	pekari páskovaný
sancochado	karnevalový pokrm z ryb
seco de cabrito	kozí maso vařené v kořeněné omáčce
selva	džungle
Semana santa	Velikonoční týden
shámbar	vydatná pšeničná polévka s dušeným masem
sierra	vnitrozemí
sopa teóloga	polévka s dušeným kuřecím nebo krůtím masem
suspiro a la Limeña	dezert z Limy
tamales	placky z kukuřičného těsta
tantawawas	piškotové chleby ve tvaru dítěte
tapioca	kuličky ze škrobu získaného z kořene Manioku
té de uña de gato	čaj vyráběný z rostliny, v překladu nazývané kočičí pracka
timpu o puchero	vývar z různých druhů masa, se zeleninou
trucha frita	smažený pstruh
turrón de doña Pepa	zákusek podobný medovníku
umisha	taneční karnevalový rituál
yunza	taneční karnevalový rituál

Příloha 2: Chicha morada



Zdroj: Gastro Perú; dostupné z: http://www.gastroperu.pe/bar_detalle.php?p=26&c=279&n=H; k 30. 4. 2014

Příloha 3: Pisco a pisco sour



Zdroj: The Bubbly professor; dostupné z: <http://bubblyprofessor.com/tag/pisco-peru/>; k 1. 5. 2014

Příloha 4: Ceviche



Zdroj: Pardos Chicken; dostupné z: http://www.pardoschicken.cl/home?_escaped_fragment_=carta-23-38-Ceviche-a-la-Peruana; k 1. 5. 2014

Příloha 5: Seco de cabrito



Zdroj: Znoticias.com; dostupné z: <http://recetas.znoticias.com/seco-de-cabrito-con-frejoles-receta-y-preparacion>; k 1. 5. 2014

Příloha 6: Pepián



Zdroj: Libro de recetas; dostupné z: <http://libroderecetas.com/receta/pepian-de-choclo>; k 1. 5. 2014

Příloha 7: King Kong



Zdroj: SudAméricaHoy; dostupné z: <http://sudamerica hoy.com/pais-peru/un-plato-de-shambar-dos-sorpresas-en-la-cocina-trujillana/>; k 1. 5. 2014

Příloha 8: Causa Limeña



Zdroj: Señorío de Sulco; dostupné z: http://www.senoriodesulco.com/index2.php?seccion=detalle_seccion_carta&id=2&nombre=cebiches-tiraditos-y-causas; k 1. 5. 2014

Příloha 9: Lomo saltado



Zdroj: Peruanos en USA; dostupné z: <http://revista.peruanosenusa.net/2011/11/lomo-saltado/>; k 1. 5. 2014

Příloha 10: Suspiro a la Limeña



Zdroj: Mitiempo.pe; dostupné z: <http://mitiempo.pe/manjares-y-bebidas/postres/188/suspiro-a-la-limena>; k 1. 5. 2014

Příloha 11: Chupe de camarones



Zdroj: Allbiz; dostupné z: <http://lima-distr.all.biz/sopa-chupe-de-camarones-g5085>; k 1. 5. 2014

Příloha 12: Anticuchos



Zdroj: FDzeta; dostupné z: <http://fdzeta.net/radio-dz-191/las-locuras-maratonicas-de-una-lady-56268/index3.html>; k 1. 5. 2014

Příloha 13: Empanadas



Zdroj: Znoticias.com; dostupné z: <http://recetas.znoticias.com/empanadas-peruanas-comida-peruana>; k 1. 5. 2014

Příloha 14: Papa a la huancaína



Zdroj: Food.com; dostupné z: <http://www.food.com/recipe/papas-a-la-huanca-na-143492>; k 1. 5. 2014

Příloha 15: Alfajores



Zdroj: Perú Delights; <http://perudelights.com/corn-starch-alfajores-bite-sized-perfection/>; k 1. 5. 2014

Příloha 16: Picarones



Zdroj: Live from Campus; dostupné z: <http://www.live-from-campus.eduniversal-ranking.com/live-from-pontificia-universidad-catolica-del-peru-centrum-catolica-lifestyle/mistura-v-international-gastronomic-fair-of-lima-part-ii-.html>; k 1. 5. 2014

Příloha 17: Inca Kola



Zdroj: Wikimedia Commons; dostupné z: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Botle_and_glass_of_inca_kola.jpg; k 1. 5. 2014

Příloha 18: Pachamanca



Zdroj: Cocina de Perú; dostupné z: <http://cocinadepetu.blogspot.cz/2011/11/pachamanca-la-olla.html>; k 1. 5. 2014

Příloha 19: Cuy chactado



Zdroj: Cuzco Eats; dostupné z: <http://www.cuzcoeats.com/2012/12/chefs-sunday-perus-christmas-cuisine/>; k 1. 5. 2014

Příloha 20: Olluquito con charqui



Zdroj: EGAP; dostupné z: <http://www.egap.edu.pe/olluquito-con-charqui-el-platillo-preferido-del-inca>; k 1. 5. 2014

Příloha 21: Rocoto relleno



Zdroj: Perú Delights; dostupné z: <http://perudelights.com/rocoto-relleno-fire-in-your-mouth/>; k 1. 5. 2014

Příloha 22: Chiriuchu



Zdroj: Cuzco Eats; dostupné z: <http://www.cuzcoeats.com/2012/06/chiriuchu-2/>; k 1. 5. 2014

Příloha 23: Tantawawas



Zdroj: Day of the Dead; dostupné z: <http://dayofthedeaddchs.weebly.com/tantawawas.html>; k 1. 5. 2014

Příloha 24: Turrón de doña Pepa



Zdroj: El Comercio; dostupné z: <http://menuperu.elcomercio.pe/recetas/turron-de-dona-pepa-2054>; k 1. 5. 2014

Příloha 25: Aji de gallina



Zdroj: Perú.com; dostupné z: <http://peru.com/estilo-de-vida/gastronomia/aprende-preparar-delicioso-aji-gallina-este-sabado-noticia-108693>; k 1. 5. 2014

Příloha 26: Malarrabia



Zdroj: Generaccion; dostupné z: <http://www.generaccion.com/galerias/55/malarrabia-plato-piurano>; k 1. 5. 2014

Příloha 29: Caldo de pascua



Zdroj: Blogdiario; dostupné z: <http://historiaygastronomia.blogspot.es/tags/arequipa/>; k 1. 5. 2014

Příloha 32: Sancochado



Zdroj: Perú Delights; dostupné z: <http://perudelights.com/sancochado-a-robust-soup-for-weekend-appetites/>; k 1. 5. 2014

Příloha 35: Trucha frita



Zdroj: The Wandering Scholar; dostupné z: <http://thewanderingscholar.org/2012/07/03/peru-hasta-ahora-peru-so-far/>; k 1. 5. 2014

Příloha 27: Chicharrón con mote



Zdroj: Quiches Peru; dostupné z: <http://www.quichesperu.com/Gastronomia.html>; k 1. 5. 2014

Příloha 30: Chanco al horno



Zdroj: Comida; dostupné z: <http://comida.ws/recetas-del-lechon-o-chanco-al-horno-peru/>; k 1. 5. 2014

Příloha 33: Queso kapchi



Zdroj: Fotolog; dostupné z: <http://www.fotolog.com/bocadoargentino/13126172/>; k 1. 5. 2014

Příloha 28: Caldo verde



Zdroj: Carnaval Cajacho; dostupné z: <http://carnavalcajacho.blogspot.cz/p/comidas-peruanas-y-cajamarquinas.html>; k 1. 5. 2014

Příloha 31: Puchero



Zdroj: Recetas de Cocina; dostupné z: <http://recetas.solosabores.com/ingredientes/panceta/>; k 1. 5. 2014

Příloha 34: Chupe de quinua



Zdroj: Quinoa.pe; dostupné z: <http://quinoa.pe/chupe-de-quinua/>; k 1. 5. 2014