

2011

# KSG/MCRAM

Destinace cestovního ruchu - Amerika

*Tento studijní text byl zpracován za podpory projektu OP VK Inovace sociální geografie na Ostravské univerzitě směrem ke zvýšení uplatnitelnosti absolventů na trhu práce ve znalostní ekonomice*

*Registrační číslo projektu CZ.1.07/2.2.00/15.0449*



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

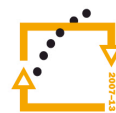
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

PŘEMYSL MÁCHA – TADEUSZ SIWEK – JAN HAVRLANT  
Ostravská Univerzita  
Ostrava, 2011





MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

# GEOGRAFIE CESTOVNÍHO RUCHU V AMERICĚ

**PŘEMYSL MÁCHA – TADEUSZ SIWEK – JAN HAVRLANT**

*Inovace sociální geografie na Ostravské univerzitě  
směrem ke zvýšení uplatnitelnosti absolventů na trhu  
práce ve znalostní ekonomice*

ČÍSLO PROJEKTU: CZ.1.07/2.2.00/15.0449

**OSTRAVA, 2012**

**Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.**

**Recenzenti:** doc. RNDr. Leoš Jeleček, CSc., doc. RNDr. Jiří Vystoupil, CSc.

**Název:** Geografie cestovního ruchu v Americe  
**Autor:** Přemysl Mácha, Tadeusz Siwek, Jan Havrlant  
**Vydavatel:** Ostravská univerzita v Ostravě  
**Vydání:** 1. vydání, 2012  
**Počet stran:** 116  
**Náklad:** vydáno jako elektronická publikace

Studijní materiál pro kurz: *Destinace cestovního ruchu - Amerika*

# OBSAH

Úvod .....	6
Kapitola 1 Základy geografie cestovního ruchu .....	7
1.1. Definice cestovního ruchu a geografické přístupy k jeho studiu .....	7
1.1.1. Definice cestovního ruchu .....	7
1.1.2. Geografické přístupy ke studiu cestovního ruchu .....	8
1.2. Předpoklady a faktory cestovního ruchu .....	9
1.2.1. Lokalizační předpoklady a faktory cestovního ruchu .....	9
1.2.2. Selektivní předpoklady a faktory cestovního ruchu .....	10
1.2.3. Realizační předpoklady a faktory cestovního ruchu .....	11
1.3. Formy a druhy cestovního ruchu .....	13
1.3.1. Formy cestovního ruchu .....	13
1.3.2. Druhy cestovního ruchu .....	15
Kapitola 2 Amerika na mapě světového cestovního ruchu .....	17
2.1. Přírodní regionalizace amerického kontinentu .....	17
2.2. Kulturně-historické členění amerického kontinentu .....	17
2.3. Regionalizace amerického kontinentu z hlediska cestovního ruchu .....	17
Kapitola 3 Severní Amerika .....	19
3.1. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v Severní Americe .....	19
3.1.1. Lokalizační předpoklady .....	19
3.1.2. Selektivní předpoklady .....	21
3.1.3. Realizační předpoklady .....	22
3.2. Vývoj, fakta a čísla cestovního ruchu v Severní Americe .....	22
3.3. Cestovní ruch v USA a v Kanadě .....	23
3.3.1. Cestovní ruch v USA .....	23
3.3.2. Cestovní ruch v Kanadě .....	27
3.3.3. Další severoamerická území .....	28
Kapitola 4 Karibik .....	29
4.1. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v Karibiku .....	29
4.1.1. Lokalizační předpoklady .....	29
4.1.2. Selektivní předpoklady .....	30
4.1.3. Realizační předpoklady .....	31
4.2. Vývoj, fakta a čísla o cestovním ruchu v Karibiku .....	31

4.3. Cestovní ruch v nejvýznamnějších ostrovech Karibiku.....	33
4.3.1. Dominikánská republika.....	33
4.3.2. Portoriko.....	34
4.3.3. Kuba.....	34
4.3.4. Jamajka.....	35
4.3.5. Bahamy.....	36
4.3.6. Evropa v Karibiku: Martinik a Guadeloupe.....	36
4.3.7. Barbados a ostatní ostrovy Malých Antil.....	37
Kapitola 5 Střední Amerika a Mexiko.....	38
5.1. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu ve Střední Americe a Mexiku.....	38
5.1.1. Lokalizační předpoklady.....	38
5.1.2. Selektivní předpoklady.....	40
5.1.3. Realizační předpoklady.....	42
5.2. Vývoj, fakta a čísla o cestovním ruchu ve Střední Americe.....	45
5.3. Cestovní ruch ve vybraných zemích Střední Ameriky.....	49
5.3.1. Mexiko.....	49
5.3.2. Kostarika.....	51
5.4. Shrnutí.....	52
Kapitola 6 Jižní Amerika.....	53
6.1. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v Jižní Americe.....	53
6.1.1. Lokalizační předpoklady.....	53
6.1.2. Selektivní předpoklady.....	56
6.1.3. Realizační předpoklady.....	58
6.2. Vývoj, fakta a čísla o cestovním ruchu v Jižní Americe.....	61
6.3. Cestovní ruch ve vybraných zemích Jižní Ameriky.....	65
6.3.1. Argentina.....	65
6.3.2. Brazílie.....	66
6.3.3. Peru.....	67
6.4. Shrnutí.....	68
Kapitola 7 Cestovní ruch v Antarktidě.....	69
Závěr.....	71
Použitá literatura.....	72
Rejstřík.....	75

## Úvod

Tato kniha vznikla v rámci kurzu Cestovní ruch na Ostravské univerzitě. Původně byla jedním ze studijních materiálů pro studenty kombinovaného typu studia, které byly připraveny pro všechny kontinenty. Jejich záměrem bylo usnadnit získání základního přehledu o cestovním ruchu na celém světě. Zpracování amerického kontinentu pokročilo ze všech nejdále a shromážděný materiál umožnil knižní vydání tohoto textu.

Úvodní kapitolu tvoří základy znalostí o cestovním ruchu. Ve studijním programu Cestovní ruch na Ostravské univerzitě byl této látce věnován zvláštní studijní materiál, který napsali Jan Havrlant a Tomáš Boruta. Vzhledem k tomu, že kniha věnovaná cestovnímu ruchu v Americe vychází samostatně, považovali jsme za vhodné zařadit do ní i tuto obecnou část, jelikož struktura celé publikace vychází právě z teoretických poznatků, jež jsou obsahem první kapitoly knihy a bez nichž by publikace nebyla kompletní.

Americký kontinent je v této knize, stejně jako v původní studijní opoře, rozdělen na menší regiony a ty jsou pak charakterizovány ve třech částech. První obsahuje všeobecné podmínky cestovního ruchu podle slovenského geografa Petera Mariota, jde o lokalizační, selektivní a realizační. Druhá zahrnuje charakteristiku cestovního ruchu ve vybraných zemích příslušného regionu zohledňující jak jeho organizační strukturu a statistiku, tak i nejzajímavější atraktivitu.

Do knihy je zařazena i kapitola věnovaná Antarktidě. Je to kontinent na okraji zájmu světového cestovního ruchu, ale nelze říci, že se zde turistika neprovozuje vůbec. Protože se do Antarktidy jezdí většinou z Jižní Ameriky, připojili jsme informaci o daném kontinentu jako zajímavost, a to na závěr knihy, právě za kapitolou o Jižní Americe.

# Kapitola 1 Základy geografie cestovního ruchu

## 1.1. Definice cestovního ruchu a geografické přístupy k jeho studiu

### 1.1.1. Definice cestovního ruchu

**Cestovní ruch** je komplexním společenským jevem realizovaným v krajině. Má značně rozmanitou škálu svých forem a druhů vzhledem k diferencovaným podmínkám, předpokladům, charakteru krajiny, motivům, důvodům či cílům účasti osob na něm. Cestovní ruch tak nabývá různých podob s různým obsahem. Proto je cestovní ruch obtížně definovatelným. Avšak v mnoha různých definicích se objevují určité společné prvky.

Jde tedy o široké spektrum lidských aktivit spojovaných zpravidla s využíváním volného času v různých formách cestovního ruchu. Součástí cestovního ruchu jsou různorodé volnočasové aktivity, ale patří zde také například služební (zaměstnanecký) cestovní ruch, obchodní cesty, účast na vědeckých a jiných kongresech, veletrzích apod. Podle Mariota se tak jedná o *komplex jevů a vztahů, které vyplývají z cestování a pobytu osob mimo trvalé bydliště a pracoviště. Přitom cestování není motivováno usazením a trvale výdělečnou činností* (Mariot, 1983). Lidé zpravidla ve volném čase odjíždějí z místa svého bydliště z různých důvodů a s různými motivy, například za rekreací, poznáním, kulturními a estetickými zážitky, tedy z důvodu seberealizace, setkávání se s jinými lidmi, apod. Cestovní ruch lze definovat i jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, přičemž hlavní účel této cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě<sup>1</sup>. V užším pojetí chápeme cestovní ruch jako cestování a dočasný pobyt mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem rekreace, rozvoje poznání nebo kontaktů mezi lidmi (Kopšo 1992).

V širším pojetí je však nutno chápat *cestovní ruch jako jev, jež zasahuje účastníky cestovního ruchu a současně poskytovatele služeb v turistických destinacích, kde je realizován (včetně tranzitních míst). Jedná se o široký okruh aktivit, na jedné straně účastníků cestovního ruchu, a na druhé straně poskytovatelů služeb, vč. činností provozování a procesů rozvoje obslužných zařízení* (Pásková, Zelenka 2002).

Za významný mezník v definování cestovního ruchu lze považovat mezinárodní konferenci o cestovním ruchu pořádanou Světovou organizací cestovního ruchu (WTO) v roce 1999, kdy byl podán návrh na unifikaci základních pojmů souvisejících se sledováním cestovního ruchu a cestováním na mezinárodní úrovni. Podle WTO je *cestovní ruch činností lidí spočívající v cestování a pobytu osob mimo místo jejich obvyklého pobytu, po dobu kratší jednoho roku, za účelem využití volného času i za jinými účely, například za obchodem a podobně*.

---

<sup>1</sup> Existuje také kongresový, veletržní a výstavní cestovní ruch, kde se účastníci snaží v konečném výsledku vydělat. Jde však o to, že výdělečná činnost není v navštíveném místě založena na trvalém anebo přechodném pracovním poměru.

### 1.1.2. Geografické přístupy ke studiu cestovního ruchu

Cestovní ruch je složitým hospodářským odvětvím. Zpravidla je řazen do nevýrobní sféry (do sektoru služeb). Dílčí aspekty cestovního ruchu je však nutno zkoumat z mnoha hledisek. Geografické přístupy k cestovnímu ruchu jsou zaměřeny jak na obecné aspekty, tak na teritoriální (regionální) aspekty jevu, na směry pohybu a vazby účastníků cestovního ruchu ke krajině v čase. Z hlediska geografie cestovního ruchu jako vědní disciplíny představuje cestovní ruch v širokém slova smyslu vztahy mezi potenciálem krajiny a aktivitami cestovního ruchu. Objektem studia geografie cestovního ruchu jsou různé atraktivita cestovního ruchu, infrastruktura, služby ale také aktéři cestovního ruchu působící v konkrétním prostoru (v turistické oblasti, středisku apod.). Předmětem výzkumu geografie cestovního ruchu je řada faktorů, vztahy mezi krajinou sférou (s dílčími složkami geosféry) a cestovním ruchem, hodnocení potenciálu krajiny pro různé formy cestovního ruchu, hodnocení jevu, procesů a organizace cestovního ruchu, rozšíření a rozmístění cestovního ruchu v území, hodnocení dynamiky účastníků cestovního ruchu v destinacích atd. (Wahla 2010).

Geografie také zkoumá cestovní ruch z hlediska dílčích geografických disciplín a dalších blízkých vědních oborů. Například krajinu zkoumá z pohledu geomorfologie, geologie, klimatologie, hydrogeografie, biogeografie. Sídelní útvary, střediska či centra zkoumá z hlediska sídelní geografie, geografie dopravy, demografie, etnografie, ale také z hlediska ekologie, balneologie, sociologie, psychologie, statistiky, ekonomiky, urbanismu, územního plánování a rozvoje.

V užším slova smyslu geografie zkoumá prostorové aspekty a vztahy mezi různými formami cestovního ruchu a krajinou, reálné rozmístění cestovního ruchu a interakce pohybu a pobytu účastníků cestovního ruchu v konkrétních regionech<sup>2</sup>.

Jako mnohostranné odvětví zahrnuje cestovní ruch různá zařízení pro turistické, rekreační a jiné využití, dopravní a technickou infrastrukturu, systém služeb cestovních kanceláří a agentur, průvodcovské a informační služby, různé produkty cestovního ruchu, doprovodné programy a mnoho dalších doplňkových služeb.

Naproti tomu *sociálně-ekonomické přístupy* zdůrazňují především stránku ekonomickou. Jsou zaměřeny na analýzy a hodnocení výkonů a kvality služeb, spotřeby zboží, ekonomických zisků, přínosů, efektů apod. Zde je pozornost věnována sociálně-ekonomickému chování turistů, ale také residentů (místních obyvatel) a vztahům mezi nimi.

Cestovní ruch lze tak klasifikovat podle různých hledisek. V procesu jeho realizace se projevuje tento společenský fenomén jako mnohostranný jev, který je možné členit na základě toho, v jaké konkrétní podobě se projevuje z hlediska poptávky nebo nabídky (Vystoupil, Šauer 2006). Klasifikace Výkladového slovníku cestovního ruchu (Pásková, Zelenka 2002) zdůrazňuje pro určení forem (typů) cestovního ruchu *motivaci návštěvníků* (rekreace, poznávání, společenské kontakty aj.), jež určují formy rekreačního, sportovního, poznávacího, profesního aj. cestovního ruchu. Pro určení druhu cestovního ruchu je klíčovým *způsob*

---

<sup>2</sup> Geografie cestovního ruchu studuje vazby mezi těmito složkami, provádí faktorové a územní analýzy vlivů cestovního ruchu v krajině a změn v rozmístění různých aktivit. Zabývá se rovněž rozvojovými aspekty, zpracovává analýzy SWOT a komplexně hodnotí konkrétní oblasti z hlediska možností rozvoje různých forem a druhů cestovního ruchu *s ohledem na jeho přírodní a společenské (ekonomické, kulturní, environmentální) předpoklady a podmínky.*



*realizace a průběh jevu*, jeho účinky a efekty v závislosti na geografických, společenských, ekonomických a dalších podmínkách cestovního ruchu.

## 1.2. Předpoklady a faktory cestovního ruchu

Tyto pojmy patří v geografii cestovního ruchu k nejsledovanějším, a to vzhledem k tomu, že mají značný vliv na samotnou existenci, realizaci a rozvoj cestovního ruchu v konkrétních regionech. Nejčastěji se člení na *předpoklady lokalizační, realizační a selektivní* (Mariot 1983, 2000, Vystoupil 2006, Havrlant 2011).

### 1.2.1. Lokalizační předpoklady a faktory cestovního ruchu

*Lokalizační předpoklady* vyvolávají, umožňují a podporují lokalizaci různých aktivit cestovního ruchu v konkrétním regionu, oblasti, středisku. Patří k nim *přírodní a společenské faktory a předpoklady* pro různé formy cestovního ruchu.

***Přírodní předpoklady*** náleží k základním podmínkám pro řadu forem cestovního ruchu a souvisí s rozmanitostí všech složek přírodního prostředí – s geografickou polohou, charakterem reliéfu, klimatickými, hydrogeografickými a biogeografickými podmínkami pro konkrétní formy cestovního ruchu. Významné destinace cestovního ruchu vznikly zpravidla tam, kde existují příznivé podmínky u více těchto činitelů.

***Reliéf*** ovlivňuje atraktivitu území. Dobré podmínky k turistice mají většinou členité krajiny s většími výškovými rozdíly, s dalekými výhledy apod. Velmi přitažlivé jsou pro většinu turistů horské oblasti, a to svou značnou diferenciací a pestrostí krajinných struktur na malém území (s možnostmi jejich využití pro různé turistické, sportovní a rekreačních aktivity). Příkladem atraktivního členitého reliéfu jsou v Americe například Andy, Kordillery a další horské masívy. Tyto makroformy reliéfu ovlivňují intenzitu cestovního ruchu a návštěvnost především v oblastech a lokalitách dopravně dobře dostupných. Mikroformy reliéfu, jako například různé skalní útvary, unikátní krasové vápencové, slepencové, pískovcové útvary s kaňony, soutěskami, jeskyněmi a jinými mikrotvary; rovněž vulkanické, ledovcové, pobřežní a jiné geologické a geomorfologické útvary jsou významnými turistickými atraktivitami. Avšak vnímání jejich přitažlivosti je velmi subjektivní. Podporuje je však propagace nebo vyhlášení nejhodnotnějších území národními parky a jinými velkoplošnými i maloplošnými chráněnými územími (například viz kapitola 3.1 a další.).

***Klimatické předpoklady*** jsou ovlivněny geografickou polohou určitého místa. Charakter podnebných pásů přirozeně určuje možnosti rozvoje různých forem cestovního ruchu a aktivit. V oblastech mírného a subtropického klimatického pásu, jež jsou typické střídáním čtyř ročních období, existují nejlepší předpoklady pro rozvoj nejvíce forem cestovního ruchu a rekreace. V zemích těchto pásem je cestovní ruch nejintenzivnější; je charakterizován nejvyšším počtem přijíždějících turistů. Klimatické faktory jako teplota vzduchu, délka slunečního svitu, oblačnost, mlhy, vítr, déšť, sněhová pokrývka, aj., je nutno posuzovat a hodnotit diferencovaně z hlediska jejich předpokladů ke konkrétním vybraným aktivitám cestovního ruchu. Například chladné klimatické oblasti s největším počtem mrazových dnů mají (hlavně v polohách nad 1000 m n. m.) nejpríznivější předpoklady pro rozvoj různých zimních sportů. V teplých oblastech s vysokým počtem letních a tropických

dnů a s nízkým počtem dnů se srážkami je tomu opačně. Mají nejvhodnější předpoklady k různým sportovně-rekreačním aktivitám u moře a vnitrozemských vodních ploch.

*Hydrografické předpoklady* patří k nejvýznamnějším faktorům ovlivňujícím rozvoj cestovního ruchu. Nejnavštěvovanější regiony světa se nacházejí na pobřeží teplých moří (Karibské moře, Středozemní moře, aj.). Turisticky atraktivní jsou rovněž přírodní a umělá jezera, nádrže apod. Mimořádně významný potenciál mají minerální a termální vody pro rozvoj lázeňského cestovního ruchu, relaxace apod. Přitom nejsou vázány na klimatické podmínky. Turistické atraktivity vytvářejí rovněž řeky (zvláště v krasových oblastech s kaňony, soutěskami), vodopády, peřeje a přitažlivé jsou rovněž gejzíry ve vulkanických strukturách.

*Biogeografické předpoklady*, zejména vegetace, náleží k základním předpokladům turistických poznávacích forem a aktivit v cestovním ruchu. Významné jsou též estetické, mikroklimatické a hydrologické faktory vegetačního krytu v krajině a s tím související relaxační a zdravotní význam, zvláště pak v oblastech rozsáhlých lesních komplexů. Nejen kontrasty reliéfu, ale také s tím spojená biogeografická pestrost krajiny s rozmanitým vegetačním krytem, střídání lesů, luk a druhová biodiverzita flóry a fauny dotváří přitažlivost přírodních krajin. Snahy o uchování hodnotné krajiny vedou země ke zřizování velkoplošných chráněných území. Nejhodnotnějšími a současně turisticky nejatraktivnějšími jsou národní parky, přírodní rezervace, přírodní výtvoary aj. (většinou se jedná o území s regulovaným cestovním ruchem po turistických, naučných a poznávacích stezkách). Intenzivnější využití těchto cenných území turismem je z titulu jejich ochrany zpravidla omezeno. Přitažlivost některých krajin pro vybrané formy cestovního ruchu zvyšuje mnohde přítomnost unikátní fauny ve volné přírodě nebo zvěřena soustředěná v zoologických zahradách a oborách. Lov zvěře a rybolov nemají masový charakter a jsou zpravidla omezeny různými povoleními. Naproti tomu přítomnost některých druhů zvěře, například šelem, jedovatých plazů, hmyzu, aj. bývá omezujícím faktorem rozvoje cestovního ruchu.

*Kulturně-historické předpoklady* jsou formovány tvořivou činností člověka. Mají souvislost s historickým vývojem území. Přitažlivá jsou pro turisty zejména historická jádra měst s různými architektonickými pamětihodnostmi, hrady a zámky, sakrální památky, kláštery, kostely a jiné stavby z jednotlivých historických epoch. Mnohé jsou součástí městských památkových zón či rezervací. Dále k nim náleží nejrůznější kulturní a technické památky, archeologické lokality, objekty vesnické architektury a kultury, soustředěné v některých zemích do skanzenů, anebo také muzea, galerie a pozoruhodnosti parkové a zahradní architektury. Tyto artefakty tvoří významné atraktivity pro mezinárodní cestovní ruch; z nich zejména ty, které figurují na *Seznamu památek světového kulturního dědictví UNESCO*.

### 1.2.2. Selektivní předpoklady a faktory cestovního ruchu

Selektivní předpoklady vyjadřují způsobnost společnosti a schopnost populace v konkrétních regionech podílet se na cestovním ruchu, ať svou účastí v jeho různých formách nebo aktivně, tedy přijímáním a obsluhou návštěvníků, turistů ve svém regionu. Tyto předpoklady lze členit *na objektivní (vnější) a subjektivní (vnitřní)*. Selektují regiony, lokality a obyvatelstvo, jež mají různě příznivé podmínky a předpoklady pro cestovní ruch.

*Objektivní předpoklady* představují soubor faktorů, které objektivně ovlivňují cestovní ruch v území; tj. například hospodářská úroveň a vyspělost společnosti, demografické

předpoklady (věková struktura obyvatel), charakter osídlení, stav životního prostředí a také politická a bezpečnostní situace a stabilita konkrétního regionu, konflikty, války, napětí, občanské nepokoje, náboženský extremismus aj. potencionální ohniska neklidu.

*Subjektivní předpoklady* silně ovlivňují rozhodování lidí o jejich účasti na cestovním ruchu. Jsou závislé například na jejich příslušnosti k určité sociálně-ekonomické a profesní skupině, na jejich ekonomické situaci, životní úrovni, znalosti jazyků i na početných psychologických faktorech. Rozhodování o účasti na cestovním ruchu často silně ovlivňuje reklama, cílená propagace a další marketingové aktivity destinačního managementu, cestovních kanceláří, ale také informační technologie, inovace rezervačních systémů, organizační schopnosti atd.

Nejčastějšími účastníky cestovního ruchu jsou občané vyspělých zemí s vysokou životní úrovní a příjmy, občané ekonomicky aktivní v produktivním věku, ale také osoby s dostatkem volného času (senioři, zejména z vyspělých zemí a studenti).

### **1.2.3. Realizační předpoklady a faktory cestovního ruchu**

Realizační předpoklady umožňují realizovat požadavky, přání a nároky účastníků cestovního ruchu v navštívených oblastech a střediscích, které disponují určitými lokalizačními předpoklady. Umožňují tak využívat konkrétní místo k pobytu a dalším aktivitám a současně umožňují účastníkům cestovního ruchu se do těchto míst přepravit s využitím dopravní infrastruktury a doprovodných služeb. Patří k nim *dopravní předpoklady a turistická infrastruktura*.

*Dopravní předpoklady* patří mezi klíčové faktory, umožňující realizaci cestovního ruchu. Sebelepší atraktivní místo, i s jedinečnými lokalizačními předpoklady, nemůže být adekvátně využito bez možnosti dopravního spojení. K základním podmínkám využití potenciálu území tak patří hustota a kvalita dopravních sítí umožňujících dostupnost lokalit. Rychlá dosažitelnost turistických destinací je základní podmínkou jejich rozvoje. Rostoucí cestovní ruch vyvolává stále širší potřeby rozvoje nejen kvalitních rychlostních komunikací, nových leteckých linek, ale rovněž rozvoj specifické doprovodné infrastruktury a služeb pro potřeby cestovního ruchu.

*Turistická infrastruktura* (materiálně-technická základna cestovního ruchu) je charakterizována vybaveností dané oblasti či turistického střediska, tzn. základními zařízeními cestovního ruchu (ubytovacími, stravovacími) a širokou škálou doplňkových zařízení (kulturních, zábavních, sportovních, rekreačních, relaxačních, lázeňských aj.), jež musí uspokojovat nejrůznější potřeby a zájmy všech účastníků cestovního ruchu. Intenzitu cestovního ruchu a počet příjezdějících návštěvníků ovlivňuje kapacita a kvalita těchto zařízení a současně kvalita veškerých poskytovaných služeb. Základní infrastruktura představovaná hotely, motely, pensiony různých kategorií, dále turistickými chatami, apartmány, bungalovy, objekty druhého bydlení, autocampingy a jinými ubytovacími zařízeními vytváří podmínky pro rozvoj cestovního ruchu<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Využitelnost turistické infrastruktury je závislá na řadě okolností. Zatímco například kulturně-společenská nebo sportovní zařízení ve městech vyvolávají celoroční návštěvnost, letoviska (zejména v mírném a subpolárním pásu) a horská střediska vykazují značnou sezónnost ve využití svých kapacit, pokud nedisponují dalšími atraktivitami a širší doplňkovou infrastrukturou se specifickými službami pro návštěvníky.

*Atraktivita cestovního ruchu* se váží ke konkrétnímu prostoru a formě cestovního ruchu. Atraktivita tvoří jak přírodní prvky, tak kulturně-historické a společenské fenomény krajiny. *Přírodní atraktivita* lze chápat jako fyzickogeografické prvky krajiny, jevy a faktory, jež jsou součástí lokalizačních podmínek. Kulturně-historické atraktivita mohou mít povahu hmotných atraktivit (například různé historické objekty) i nehmotných (genius loci). Některé atraktivita vytvořené člověkem se staly součástí širší turistické infrastruktury (vysokohorské silnice, železnice, lanovky aj.). Atraktivitu krajiny lze však obtížně vyjádřit, jelikož představuje komplexní vyjádření přitažlivosti území pro cestovní ruch a skládá se z kombinace dílčích atraktivit pro jeho různé formy, přičemž se zde uplatňuje řada subjektivních faktorů. Atraktivitu krajiny charakterizuje určitá přitažlivost území ve vztahu k účastníkům cestovního ruchu, resp. k jejich rozhodování o účasti na konkrétní cestě. Atraktivita není jen kategorie či vlastnost, vyvolávající subjektivní estetické dojmy. Atraktivitu území pro různé formy cestovního ruchu ovlivňuje *potenciál krajiny*<sup>4</sup>, dostupnost území, materiálně-technická základna i psychologické faktory (které se mohou měnit vlivem propagace apod.).

Atraktivitu konkrétní lokality nebo střediska lze charakterizovat například prostřednictvím údajů o *využívání* objektů, o realizované návštěvnosti, která je odrazem reálného zájmu o konkrétní objekty. Současně vyjadřuje schopnost dílčích prvků krajiny vytvářet předpoklady pro vznik vazeb mezi cestovním ruchem a krajinou.

*Kulturně-historické atraktivita* jsou založeny na kulturním a historickém dědictví, na tradicích regionů. Turisté jsou motivováni možnostmi poznávání tohoto dědictví. Cílem návštěv jsou různé historické stavby, městské a venkovské památkové objekty, historická jádra aj. artefakty, lidová kultura a architektura, expozice muzeí, galerií, ale také různé společenské a kulturní akce (karnevaly, festivaly, koncerty, lidové slavnosti aj.).

Kulturní dědictví reprezentují jak statky hmotné povahy, tedy jednotlivé objekty a seskupení různých staveb, umělecká díla nebo místa hodnotná z historického, estetického, etnografického či antropologického hlediska, tak nehmotné povahy (tradice, jazyk). Přitažlivé jsou rovněž technické památky. Ty jsou cenné svým unikátním provedením, stářím, zachovalostí, designem apod. Představují je různé objekty, stavby a zařízení, originální technická díla aj. Svým historickým významem se staly vyhledávaným cílem.

*Atrakce cestovního ruchu* představují v užším slova smyslu atraktivita vytvořené lidmi cíleně, přičemž motivem jejich vybudování je jak uspokojení specifických zájmů turistů, tak zisk z příjmů z návštěvnosti těchto atrakcí (multiplikační ekonomický efekt). Jde například o různá zábavní centra, zábavní a tematické parky, aquaparky, různé tematické akce s významem až celosvětovým, například Světové výstavy, olympijské hry apod. (Pásková, Zelenka 2002).

---

<sup>4</sup> Potenciál krajiny pro cestovní ruch lze charakterizovat jako *souhrnou hodnotu všech předpokladů cestovního ruchu*, oceněných například na základě bodovací škály, avšak sníženou o záporné hodnoty negativních faktorů, ovlivňujících možnosti rozvoje cestovního ruchu v konkrétní oblasti, jako je například znečištění ovzduší, znečištění povrchových vod, pláží, konfliktní využití území apod. (upraveno podle Pásková, Zelenka, 2002, Vystoupil, Šauer 2006)

## 1.3. Formy a druhy cestovního ruchu

### 1.3.1. Formy cestovního ruchu

Motivy anebo důvody, jež vedou k cestování, vyjadřuje široká škála **forem cestovního ruchu**. K nejmasovějším formám patří *rekreační cestovní ruch* (dlouhodobá i krátkodobá rekreace), zahrnující řadu turistických, sportovních, rekreačních a relaxačních aktivit (včetně pasivních odpočinkových), dále *poznávací, lázeňský, společenský a kulturní cestovní ruch*, ale také různé formy *ekonomicky motivovaného cestovního ruchu*.

**Rekreační cestovní ruch** má nezastupitelný význam z hlediska regenerace duševních a fyzických sil každého člověka. Nejen pasivní odpočinek (například při návštěvě sportovních akcí mimo bydliště jako divák), ale také aktivní sportovně-rekreační činnost realizovaná prostřednictvím nejrůznějších zálib, zájmů a aktivit v přírodě nebo v různých sportovních a rekreačních zařízeních prospívá zdraví a psychické pohodě člověka, eliminuje negativní účinky pracovního a životního prostředí a je důležitým prostředkem mnohostranné seberealizace. Škála rekreačních aktivit je značně široká (*letní sporty, pěší turistika, cykloturistika, lyžování a lyžařská turistika, vodácká turistika aj.*). Snahou provozovatelů sportovně-rekreačních zařízení je poskytovat zájemcům co nejpestřejší nabídku těchto aktivit. Nejširší nabídku rekreačních aktivit nabízí většinou celoročně využitelná střediska cestovního ruchu včetně různých programů a produktů (zejména v turisticky nejvyspělejších zemích Evropy a Severní Ameriky).

Tradiční rekreační aktivity umožňují *letní turistická střediska* zaměřená na rekreaci a různé aktivity u vody, ve vodě, na plážové aktivity, míčové hry, tenis, golf, aj. Rovněž vodní turistika na kánoích, kajacích, raftech, vodní sporty jako jachting a surfing, jež jsou podmíněny vhodnými klimatickými a hydrografickými podmínkami, jsou v zájmu aktivních sportovců i turistů podobně jako vysokohorská turistika, cykloturistika aj.

*Střediska zimních sportů* připravují podmínky k realizaci sportovně-rekreačních aktivit na sněhu (lyžařské sporty, snowboarding, sáňkování), na ledě (bruslení, hokej, curling) aj. K pohybovým aktivitám patří rovněž lyžařská turistika, k méně tradičním jízda na sněžných skútrech, za psím spřežením aj. Tyto aktivity jsou oblíbené v Severní Americe či jinde.

K nemasovým specifickým aktivitám patří také různé *adrenalinové sporty*, jež jsou spojeny s dobrodružstvím, avšak navíc s určitou mírou rizika, které ovlivňuje vegetativní nervovou soustavu člověka. K adrenalinovým sportům se řadí například horolezectví (v různých variantách), alpinismus, skialpinismus, paragliding, rafting, bungee jumping, canyoning, potápění aj., které jsou podmíněny jak specifickými dovednostmi jednotlivců, tak přírodními podmínkami. S těmito aktivitami je možné se seznámit pod odborným vedením instruktorů, specializovaných sportovních klubů s potřebným výcvikem a dohledem a s náležitě kvalitním zajištěním výstrojí a výstrojí.

K jiným nemasovým formám patří také *venkovský cestovní ruch*. Tato forma je spojována zpravidla s pobytem a rekreací v klidném čistém venkovském prostředí, s ubytováním v menších ubytovacích zařízeních – pensíonkách, na zemědělských usedlostech, farmách apod. Často je vázán na tradice, zvyky a folklór. Venkovský cestovní ruch se řadí mezi tzv. měkké (šetrné) formy cestovního ruchu; může mít podobu agroturistiky, nebo dobrodružného či kulturního turismu. Je vázán na sepětí s přírodní krajinou, s její květenou a

zvířenou, případně na aktivity na farmách, které poskytují služby pro cestovní ruch. S touto formou cestovního ruchu jsou spojeny chovy koní, ovcí, skotu a dalších zvířat, jakož i mimo produkční funkce zemědělství. *Agroturistika* je formou většinou s rekreačním a poznávacím motivem trávení volného času na venkově při ubytování a stravování v zemědělských usedlostech. Cílem je poznávání alternativního způsobu života v kontaktu s přírodou.

Tyto formy turismu představují současně formy *přírodně orientovaného poznávacího cestovního ruchu, případně dobrodružného nebo zdravotně – léčebného cestovního ruchu*. Náplní trávení volného času může být jak pasivní, tak aktivní odpočinek spojený s různými formami turistiky, s poznáváním tradičních technik zpracování zemědělských produktů, s poznáváním chovu domácích zvířat nebo jízdou na koni, ve volné přírodě. Snahou je seznámení se s jiným životním stylem. Specifickými aktivitami, podmíněnými zpravidla určitými povoleními, jsou rybaření, rybolov, myslivost, lov zvěře apod.

***Poznávací cestovní ruch*** je vyvoláván snahou poznat nejen přírodní atraktivity krajiny, ale také jejich kulturní fenomény. *Kulturní cestovní ruch* je motivován možností poznávání jiných kultur a kulturního dědictví regionů, zemí, jejich tradic, zvyků, kulturních akcí, náboženství, atd. Cílem jsou kulturně-historické pamětihodnosti, zajímavá umělecká díla a jiná historicky, etnograficky a esteticky hodnotná místa. *Společensky zaměřený cestovní ruch* je motivován různými společenskými setkáními a akcemi, návštěvou příbuzných, známých, klubovými akcemi, setkáváním skupin lidí se společnými zájmy, například kulturními, sportovními atd.

Jiné skupiny účastníků cestovního ruchu jsou zaměřeny na duchovní hodnoty. V rámci *religiózního (poutního) cestovního ruchu* návštěvníci míří na poutní a jiná duchovní místa. Hlavním motivem cestování je účast na poutích a náboženských obřadech a cestovní ruch je zpravidla spojen s prohlídkami kostelů a dalších sakrálních pamětihodností.

***Lázeňský cestovní ruch*** je specifickou formou cestovního ruchu, pro niž je charakteristický pobyt pacientů a dalších hostů v lázeňských nebo hotelových zařízeních, a to za účelem balneologické léčby, regenerace fyzických a duševních sil nebo za účelem jiných aktivit, například sportovně-rekreačních, kulturních, společenských kontaktů apod.

Lázeňská místa jsou významnými centry cestovního ruchu, zpravidla s celoročním využitím. Lázeňská centra přispívají k výraznému snížení sezónnosti ve srovnání s jinak orientovanými středisky. V rámci léčebného pobytu se jedná zpravidla o dlouhodobé (několika týdnů) pobyty spojené s využíváním léčebných kúr, procedur rekonvalescence (včetně samoplátců v rámci volného cestovního ruchu). Při pobytu je využíváno komplexu různých zařízení od ubytovacích, stravovacích, léčebných, rehabilitačních, po sportovní, rekreační, kulturní aj. K dosažení léčebných účinků se využívají zvláště přírodní léčivé zdroje, jako minerální a termální vody, peloidy, rašeliny, plyny, bahna a také příznivé účinky specifického klimatu v horských oblastech, u moře, v některých jeskyních aj. Řada lázeňských míst má tak statut klimatických lázní. Některé lázně však proslavily specifické léčebné metody a procedury.

Ve většině lázeňských míst dochází k propojení léčebné funkce se společenskou, kulturní, poznávací a rekreačně-sportovní. Mnohé lázně se staly významnými kulturně-spoolečenskými centry, kongresovými, festivalovými nebo sportovními centry, s řadou akcí mezinárodního významu. Pobyt v lázeňském středisku tak nemusí být spjatý výlučně s léčbou. Lázně bývají často dějišti významných setkání osobností, institucí a různých společenských akcí (například mezinárodní filmové a hudební festivaly, golfové turnaje aj.).

Vzhledem k rostoucímu podílu zahraniční i domácí klientely samoplátců v lázních (s nadprůměrnými výdaji) se jedná o mimořádně významnou formu aktivního cestovního ruchu. Řada lázeňských míst tak má prvořadý mezinárodní společenský a kulturní význam.

Moderním trendem současnosti jsou krátkodobé a střednědobé (1-5ti denní) relaxační, kondiční, preventivně-zdravotní a ozdravné pobyty v lázeňských zařízeních nebo v hotelových komplexech s různými relaxačními i sportovně-rekreačními programy. V rámci těchto pobytů lze využívat různých nadstandardních produktů a balíčků služeb, například *wellness* v různých zařízeních, často s ojedinělými luxusními atrakcemi, vyhřívanými bazény, aquaparky, whirlpools, speciálními koupelemi, různými saunami, masážemi, solárii, fitness centry, tělocvičnami, hřišti, apod. Wellness tak lze řadit i do forem zážitkového turismu.

Specifickým typem cestovního ruchu je ***profesně (pracovně) zaměřený cestovní ruch*** s motivy ekonomickými, jako například obchodní a služební cesty na jednání mezi firmami, institucemi, dále *kongresový cestovní ruch* (při účasti na kongresech, konferencích aj.); mimoto *veletržní a výstavnický cestovní ruch*, *vzdělávací*, *výzkumný*, *expediční cestovní ruch*, *též diplomatický*, *politický* aj. varianty cestovního ruchu, jež souvisejí s pracovními cíli anebo mimořádnými cestami.

Zvláštními formami cestovního ruchu jsou *etnický zaměřený cestovní ruch*, *příbuzenský*, *krajanský* anebo také ***zážitkový a nákupní cestovní ruch***.

Se *zážitkovým (prožitkovým) cestovním ruchem* souvisejí různé formy tematického cestovního ruchu, například *gastronomický cestovní ruch* (gurmánský, pivní, vinařský), související v některých oblastech s odlišnými cenovými relacemi zboží a služeb apod.

Rozšířeny jsou rovněž formy tzv. ***pseudocestovního ruchu***, které jsou vyvolány působením různých civilizačních jevů, procesů, katastrof, jež ovlivňují mezinárodní cestovní ruch (například se jedná o nelegální *pracovní*, *pašerácký*, *azylový cestovní ruch*; *sexuální a potratový turismus*, *katastrofický turismus* za poznáním následků katastrof apod.).

### 1.3.2. Druhy cestovního ruchu

***Druhy cestovního ruchu*** charakterizují způsob a průběh realizace jevu a jeho účinky v závislosti na geografických a společensko-ekonomických podmínkách. Z tohoto hlediska se sleduje délka a průběh jevu, forma a způsob cestování, místo realizace pobytu, kvalita a intenzita cestovního ruchu apod. Podle délky pobytu se rozlišuje *dlouhodobý cestovní ruch* (více než 4 přenocování) a *krátkodobý cestovní ruch* (Vystoupil, J., Šauer, M. 2006). Někteří autoři vyčleňují ještě *střednědobý cestovní ruch* (3-4 dny).

Podle rozložení a průběhu cestovního ruchu během kalendářního roku se rozlišuje sezónní *letní*, *zimní* a *celoroční cestovní ruch* (*příp. mimo sezónní*). V konkrétních destinacích je sledována často hlavní a vedlejší sezóna a mimo-sezóna.

Podle způsobu cestování se rozlišuje *cestovní ruch organizovaný a neorganizovaný*. Podle organizace (počtu) účastníků se rozlišuje *skupinový (hromadný) cestovní ruch*, který je organizován zpravidla cestovní kanceláří nebo jinými organizacemi pro početnější skupiny osob. Ty pak využívají společně služeb těchto organizací. Tento typ cest má většinou charakter *masového cestovního ruchu*, resp. masové účastí turistů v konkrétních destinacích.

V *individuálním cestovním ruchu* využívá každý účastník různých zařízení a služeb zcela individuálně. Cestuje nezávisle sám nebo pouze s rodinnými příslušníky či se svými partnery. Program si určuje zpravidla také sám, neorganizovaně, individuálně. Individuální cestovní ruch však může mít více podob (mj. *individuální rekreace v objektech druhého bydlení, na chatách, příměstská rekreace* v lesích, u vodních ploch).

*Volný a vázaný cestovní ruch* se liší možnostmi účasti. Volný cestovní ruch je zcela volně přístupný pro každého zájemce. Každý účastník cestovního ruchu, ať už při individuálním nebo skupinovém cestování, si veškeré náklady cesty a pobytu hradí sám z vlastních prostředků. *Vázaný cestovní ruch* je typem cestovního ruchu, při němž je účast osob podmíněna (vázána) určitými podmínkami, například členstvím účastníka v určité konkrétní organizaci - podniku, firmě, úřadu, armádě, sportovním klubu aj. Novější formou je tzv. *incentivní* (stimulační, motivační) cestovní ruch, při němž je cestování zaměstnanců společnosti hrazeno zcela nebo z části zaměstnavatelem (firmou). Časté jsou i kombinace služebních cest s rekreací či poznávacím turismem.

Podle *způsobu financování* lze cestovní ruch členit na *komerční* (hrazen účastníky) a *sociální* (hrazen někým jiným). Podle věkových skupin lze vyčlenit cestovní ruch *seniorský, mládežnický, skupiny střední generace, rodiny s malými dětmi*, apod., jež se stávají cílovými skupinami destinačního managementu. Podle původu účastníků a místa realizace cestovního ruchu se člení cestovní ruch na *domácí cestovní ruch* (ve vlastním státě) a *zahraniční (mezinárodní) cestovní ruch* (po překročení státní hranice). Pojem je používán z pohledu daného státu. Má charakter *příjezdového cestovního ruchu (incoming)* do země a je realizován turisty z jiných států. *Výjezdový cestovní ruch (outcoming)* zahrnuje naopak cestovní ruch obyvatel dané země a je realizován do jiných států. *Tranzitní cestovní ruch* je spojen s průjezdem země, regionu do jiného regionu, přičemž v projížděném tranzitním teritoriu dochází taktéž ke spotřebě a využívání různých služeb cestovního ruchu

Podle vlivu cestovního ruchu na krajinu, životní prostředí a místní komunitu lze cestovní ruch charakterizovat jako *tvrdý cestovní ruch* (s možným negativním vlivem v krajině a s dopadem na životní prostředí) nebo *měkký cestovní ruch* (šetrný k životnímu prostředí i místní komunitě).

Podle ekonomických efektů, výdajů a příjmů plynoucích z cestovního ruchu na platební bilanci země se mezinárodní cestovní ruch člení na *aktivní (příjezdový) a pasivní cestovní ruch*. Zahraniční turisté při svých návštěvách jiných států přivážejí devizové prostředky (aktiva), které utratí za různé služby a zboží, jež se následně aktivně projeví v bilanci příjmů. Při pasivním (výjezdovém) cestovním ruchu občané určité země při svých výjezdech do zahraničí odčerpávají devizové prostředky z platební bilance svého státu. Celkově aktivní bilance cestovního ruchu dané země je výsledkem kladného salda z příjmů z cestovního ruchu, které převážily nad výdaji občanů dané země na zahraniční cestu).



## **Kapitola 2 Amerika na mapě světového cestovního ruchu**

Na úvod je nezbytné podívat se na pozici amerického kontinentu na mapě světového cestovního ruchu a na jeho vnitřní členění, podle kterého budou uspořádány i informace v této knize.

### **2.1. Přírodní regionalizace amerického kontinentu**

Americký kontinent tvoří na první pohled patrné dva pevninské celky, tj. světadíly, severní a jižní, které jsou spojeny do jednoho celku dvěma pásy, souvislou souší na západě (Střední Amerika) a řetězem ostrovů na východě (Karibik). Z přírodního hlediska je tedy možné Ameriku rozdělit na dva světadíly, Severní a Jižní Ameriku, přičemž hranice mezi nimi se obvykle umísťuje do nejužšího místa Panamské šíje.

Toto rozdělení nalezneme ve většině regionalizací vycházejících z přírodních poměrů. Viz Votýpka, Janoušová (1987): Severní Amerika.

### **2.2. Kulturně-historické členění amerického kontinentu**

Amerika má z hlediska osídlení a vývoje kultury několik rysů shodných pro většinu svých dílčích regionů. Původně byla osídlena indiánskými populacemi, od roku 1492 postupně kolonizována Evropany. Španělské, portugalské, anglické a francouzské kolonie získaly v průběhu 18. - 19. století samostatnost a politická mapa kontinentu se poté, tzn. ve 20. století, změnila už jen nepatrně. Největší změny byly ve 20. století zaznamenány v geograficky nejpestřejší oblasti karibských ostrovů.

Z hlediska novověkých kulturních oblastí se Amerika dělí také na dvě části stejně jako v případě přírodního dělení, ale hranice mezi nimi leží z větší části na řece Rio Grande mezi Mexikem a Spojenými státy. Na sever od ní vymezujeme Severní Ameriku v užším vymezení, někdy také nazvanou Angloamerika, protože zahrnuje státy kolonizované původně Velkou Británií, tedy Spojené státy a Kanadu. Jsou to nejvyspělejší země světa a dorozumívacím jazykem je v nich angličtina.

Na jih od Rio Grande leží Latinská Amerika složená ze středoamerických a jihoamerických zemí, které byly původně španělskými a portugalskými koloniemi. Mezi nimi se nacházejí sice i drobná území kolonizovaná jinými zeměmi (zejména v Karibiku), ale ty se z důvodu nutné generalizace neberou v úvahu. Jižní část Ameriky je ekonomicky méně vyvinutá než severní, v jejím obyvatelstvu je významněji zastoupená původní indiánská složka a dorozumívacími jazyky jsou obvykle španělština a portugalština.

### **2.3. Regionalizace amerického kontinentu z hlediska cestovního ruchu**

Cestovní ruch v Americe nelze analyzovat jako jeden celek. Rozdíly mezi jednotlivými částmi kontinentu jsou na to příliš velké. Proto i v našem textu rozdělíme území Ameriky do několika dílčích částí. V první řadě se nabízejí samozřejmě již výše uvedená členění. Přesně tak to udělali i představitelé Světové organizace cestovního ruchu při OSN (United Nations World Tourist Organization – UN WTO) se sídlem v Madridu. Rozdělili americký kontinent na čtyři části:

- Severní Amerika
- Střední Amerika
- Karibik
- Jižní Amerika

Viz statistické přehledy, materiály UN WTO.

Rozdělení Světové organizace cestovního ruchu se opírá především o přírodní kritéria a málo zohledňuje kritéria kulturní a ekonomická. Vznikají tak dva obrovské a dva relativně malé regiony. Severní Amerika je ve vymezení WTO regionem kulturně málo homogenním, protože zahrnuje USA, Kanadu a Mexiko, které je kulturně a hospodářsky určitě mnohem podobnější zemím Latinské Ameriky a nikoli svým severním sousedům.

Proto v této knize použijeme nepatrně odlišné regionální členění, které lépe zohlední kulturně-historická kritéria. Rozdíl je v zařazení Mexika do Střední Ameriky.

Naše členění je následující:

- Severní Amerika (pouze Spojené státy a Kanada)
- Střední Amerika (Mexiko, malé státy pevninské Střední Ameriky až po Panamu)
- Karibik (všechny ostrovy Karibského moře)
- Jižní Amerika (shodná s přírodním vymezením kontinentu)

Při odkazech na statistické zdroje UN WTO budeme ale někdy nuceni zohlednit členění této organizace, tzn. s Mexikem jako součástí Severní Ameriky. Pokud tomu tak bude, budete na to vždy upozorněni.

K Americe přiřazujeme navíc z praktických důvodů i Antarktidu. Je to kontinent z hlediska člověka zcela okrajový a nevyužitý, a to platí i z hlediska cestovního ruchu. Přesto určité náznaky turistiky se zde v poslední době objevují, a to především díky leteckému spojení s Jižní Amerikou, která je Antarktidě nejbližší.

## Kapitola 3 Severní Amerika

Tato kapitola je věnována pouze dvěma státům, které tvoří angloamerickou Severní Ameriku, USA a Kanadě. Jejich hlavní předpoklady jsou selektivní: rozvinutá ekonomika, demokratický politický systém, poměrně bohaté obyvatelstvo, kvalitní dopravní a turistická infrastruktura a v neposlední řadě i rozšíření nejfrekventovanějšího světového jazyka, angličtiny. Lokalizační předpoklady jsou především přírodního charakteru. Historické a kulturní předpoklady rozvoje cestovního ruchu jsou v důsledku krátké historie těchto států ve srovnání s ostatním světem méně významné.

### 3.1. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v Severní Americe

#### 3.1.1. Lokalizační předpoklady

Geografické charakteristiky Severní Ameriky vytvářejí dobré předpoklady pro cestovní ruch. Některá místa jsou celosvětovými přírodními unikáty. Podnebí v Severní Americe je velmi rozmanité. V Kalifornii, na pobřeží Mexického zálivu a na Floridě je subtropické, v nejrozsáhlejší části mírné, a na severu Kanady a na Aljašce polární. Jih Severní Ameriky je v létě velmi horký, teploty zde dosahují až 40°C.

Východní regiony mají díky vlivu Atlantiku více srážek, které klesají až zhruba k 100. poledníku z. d. (pak již jen prairie Velkých planin až po úpatí Skalnatých hor). Horské kotliny, resp. pánve na západě (Coloradská, Kolumbijská v Britské Kolumbii aj.) jsou naopak suché, na jihozápadě převažují pouště a polopouště. Západní pobřeží má díky vlivu Tichého oceánu příjemné podnebí jen ve velmi úzkém pruhu, protože bariéra Pobrežních hor zde leží těsně u pobřeží, jejich návětrné svahy jsou pokryty lesy, stejně tak směrem na východ Sierra Nevady, pásem Kordiller i Skalnatých hor.

Kanadské pobřeží Tichého oceánu je chladnější než jižnější pobřeží amerických států. Od severní části Kalifornie po pobřeží Britské Kolumbie se rozkládá oblast s velmi vysokými srážkami až 3 000 mm/rok (obdobu Norského pobřeží). V pohořích na západě bývají v zimě silné mrazy a vydatné přivaly sněhu. Velké otevřené plochy středozápadu od severní části Texasu až po Jižní Dakotu jsou také spíše suché a od května do září se zde vyskytují silné větry a tornáda (tzv. Alej tornád). Východ zasáhnou v zimě časté sněhové bouře (někdy až po sever Floridy, a to v důsledku vpádu studeného arktického vzduchu na jih a jeho střetu s teplým vzduchem na jihu). Silné uragány rodící se v Atlantiku občas zasáhnou ostrovy Karibiku, pobřeží Mexického zálivu a dokonce pobřeží Atlantiku až po stát New York. Kanada leží převážně v chladnější části mírného pásma, sever je již pod vlivem subpolárního a polárního podnebí.

Povrch Severní Ameriky vytváří výrazná poledníková pásma. Na východě a ve středu jsou nížiny oddělené relativně nízkými Apalačskými horami (Mt. Mitchell 2037 m), které již nezasahují na území Kanady. Západ je hornatý, tvoří ho řada vysokých pohoří alpského typu. Obecně se nazývají Kordillery, ale jednotlivá horská pásma mají vlastní jména (Skalnaté hory, Sierra Nevada, Kaskádové pohoří aj.). Povrch severní části světadílu byl v dobách ledových zaledněn pevninským ledovcem, po němž zde zůstala řada jezer, z nichž nejvýznamnějších je pět jezer na pomezí USA a Kanady: Hořejší – Lake Superior 82 tisíc km<sup>2</sup> (největší sladkovodní jezero světa), Hurónské, Michiganské, Erijské a Ontario.

Flora a fauna Severní Ameriky je podobná evropské. Z živočišné říše známý grizzly je jiným druhem medvěda, bizon je americkou odrůdou zubra. Vyskytují se zde však i druhy, které se nevyskytují nikde jinde, například obrovské sekvoje jsou nejvyšší známé stromy na světě dorůstající přes 100 m, které rostou jen v Kalifornii. Příroda Severní Ameriky je velmi dobře chráněna. USA mají 58 národních parků, včetně nejstaršího národního parku světa Yellowstoneho (založen 1872), v Kanadě jich na počátku roku 2013 bylo 44. V parcích funguje perfektní ochrana a informační služba v podobě tzv. rangers. Méně hodnotné lesní komplexy jsou označeny jako National Forests (Státní lesy) a významnější prérijní oblasti, které však nejsou součástí národních parků, jsou chráněny v kategorii grasslands (travnaté oblasti). Kompletní seznam národních parků USA je na internetové adrese <http://www.nps.gov>. Kanadské národní parky jsou umístěny na: <http://www.pc.gc.ca/eng/index.aspx>. Státní lesy a travnaté oblasti (prérie) jsou na <http://www.fs.fed.us/land/staff/lar/index.html>.

Přírodní lokalizační předpoklady Severní Ameriky a její velmi významné kulturně-historické lokalizační předpoklady cestovního ruchu jsou oproti světadílům tzv. „starého světa“ omezenější. Jsou spojeny s kulturou původních obyvatel tohoto území, indiánů, kteří však dnes tvoří nepatrnou menšinu (asi 1 % obyvatelstva USA a 3 % obyvatel Kanady). Z novověké historie to jsou památky dokládající osídlování „Divokého západu“, s nimi spjaté boje s indiány, dále pamětihodnosti týkající se historie USA, zejména míst bojů v době občanské války (1861–1865), různých „historical „memorials“, „sites“ apod. jsou v zemi tisíce.

Občanská válka v USA (1861-1865) byla nepochybně nejvýznamnější historickou událostí Severní Ameriky. Její obraz je díky literatuře a filmu znám nejen v Americe, ale i na celém světě. Historická místa spojená s touto válkou, jako například místo prvního střetu Fort Sumter, bojiště velkých nebo významných bitev u Antietam, Manassas, Gettysburgu, Vicksburgu nebo místo kapitulace vojsk jihu v Appomattoxu jsou pietně udržována a exponována tak, aby přilákala co nejvíc turistů. Na řadě míst se konají představení tzv. „živé historie“, v podobě odehrání historických obrazů herci na příslušném místě. Někdy stačí jen aby průvodci byli oblečeni do dobových kostýmů, například v bývalé usedlosti hlavního velitele vojsk jihu generála Roberta Lee v Arlingtonu, která stojí uprostřed dnešního nejrozsáhlejšího a nejvýznamnějšího vojenského hřbitova USA.

Severní Amerika nabízí zásluhou své ekonomické vyspělosti jako turistické atrakce celou řadu technických výtvorů, které jsou často světové úrovně, jde o mrakodrapy, televizní vyhlídkové věže, mosty, estakády, průplavy aj. Zvláštním typem turistické atrakce jsou tematické zábavní parky, které mají svůj původ právě v USA, avšak dnes je jejich výskyt už globální.

Původně filmová společnost Walta Disneye, která se proslavila kreslenými filmy pro děti (Mickey Mouse, kačer Donald aj.) otevřela v roce 1955 v Anaheimu (Kalifornie) tematický zábavní park. Měl podobu obrovského lunaparku využívajícího popularity hrdinů Disneyových filmů. Disneyland se rychle stal nepřehlédnutelným magnetem pro turisty z celých Spojených států. Aby ho mohli navštívit i lidé z východního pobřeží, aniž by museli vážit cestu přes celý kontinent, společnost otevřela v roce 1971 v Orlandu na Floridě další park tohoto typu. Tato typicky americká atrakce se stala globální a Disneylandy začaly vznikat i na jiných kontinentech: 1983 poblíž Tokia, 1992 u Paříže a 2006 v Hong Kongu. Další Disneyland vznikne v Šanghaji (2014).

Nejrozsáhlejším komplexem tematických zábavních parků navazujících na původní Disneyland je dnes Walt Disney World Resort v Orlandu. U tohoto floridského města po úspěchu Disneylandu vznikly tematické zábavní parky dalších společností: Mořský svět - Sea World (1973) a Universal Orlando Resort (1990), který tvoří Universal Studios Florida (atrakce založené na prezentaci filmové a televizní tvorby) a Ostrov dobrodružství - Island of Adventure. Orlando se tak stalo městem s největší koncentrací zábavních parků na světě.

### 3.1.2. Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady rozvoje cestovního ruchu jsou vynikající: USA a Kanada mají dohromady téměř 350 mil. obyvatel. Je to jedno z nejurbanizovanějších území světa. V metropolitních oblastech subregionu žije kolem 80 % obyvatel a nacházejí se zde některé ze světových metropolí: New York (20 mil. obyv.), Los Angeles (15 mil. obyv.), Chicago (7 mil. obyv.) a Toronto (5 mil. obyv.).

HDP obou států patří k nejvyšším na světě jak celkem, tak i v přepočtu na obyvatele. Index lidského rozvoje (HDI) řadí oba státy do první desítky na světě.

**Tabulka č. 2.1 - Základní indikátory zemí regionu (2010)**

Země	Rozloha (v km <sup>2</sup> )	Počet obyvatel (v tis.)	Hustota zalidnění (obyv./km <sup>2</sup> )	Měna	HDP (US\$/obyv.)	HDI (pořadí ve světě)
<b>USA</b>	9 363 329	310 810	33,2	US dolar	47 132	4.
<b>Kanada</b>	9 976 169	34 353	3,4	Kanadský dolar	45 888	8.

Statistické úřady USA a Kanady

Dalším selektivním předpokladem, který je výhodou tohoto regionu, je skutečnost, že se zde převážně mluví současným světovým jazykem číslo jedna, anglicky. Přestože sem od 16. století zasahovaly španělské kolonie ze Střední Ameriky, a menší území byla krátce kolonizována Francouzi, Nizozemci, Švédy, Dány a Rusy, celé zmiňované území nakonec ovládli Angličané. Jediným pozůstatkem po francouzské kolonizaci je kanadská provincie Quebec, kde zůstala úředním jazykem pouze francouzština (podíl frankofonního obyvatelstva je asi 80 %). Původní indiánské obyvatelstvo Severní Ameriky tvoří dnes pouze 1 % menšinu. Jinak zde převládají běloši, menší je podíl černochů (dovážených sem v 16.–18. století pro práci na plantážích) a v důsledku novodobých migrací začínají být stále početnější i Asiaté. Zvláštní skupinu tvoří obyvatelstvo různých ras pocházející z Latinské Ameriky, tzv. Hispánci.

Výborným selektivním předpokladem Severní Ameriky je také její dlouhodobě demokratický politický systém, který je vzorem pro mnoho demokracií na celém světě. To všechno tvoří téměř ideální selektivní předpoklady pro vývoj cestovního ruchu na světě s jediným omezením, jímž je přílišný důraz na pracovní nasazení a poměrně tvrdý systém sociálního zabezpečení. Dovolená je zde obecně kratší než v Evropě, což je pro cestovní ruch určitým omezením i přes vyšší příjmy obyvatel USA a Kanady ve srovnání s většinou ostatních zemí světa.

### 3.1.3. Realizační předpoklady

Vysoký rozvoj hospodářství USA a Kanady jsou také zárukou dobré úrovně realizačních předpokladů. Díky vyspělé ekonomice má Severní Amerika nejlepší infrastrukturu – včetně dopravní, hotelové aj., která podmiňuje úroveň cestovního ruchu. Automobilová doprava je nejrozšířenější na světě, letecká doprava je přístupna i nižším příjmovým skupinám obyvatelstva. O aktuálním stavu dopravy ve Spojených státech se dozvíte víc na stránkách vlády USA: <http://www.usa.gov/Citizen/Topics/Travel.shtml>, o stavu dopravy v Kanadě na stránkách kanadské vlády: <http://canada.gc.ca/aboutcanada-ausujetcanada/tour/menu-eng.html>

Cestovní ruch v USA formálně spadá pod federální Úřad pro obchod (Department of Commerce), v jehož rámci funguje Úřad pro cestovní ruch a turistický průmysl – Office of Travel and Tourism Industry (<http://tinet.ita.doc.gov>). Poradním orgánem vlády je U.S. Travel and Tourism Advisory Board. Vládní úřady mají ale spíš charakter centra shromažďujícího informace z této oblasti než skutečného řídicího centra. Obdobnou roli mají i úřady pro obchod, dopravu a přírodní zdroje v jednotlivých státech. V celých Spojených státech fungují také na všech úrovních (federální, státní a regionální) asociace a agentury cestovního ruchu, například National Park Foundation ([www.nationalparks.org](http://www.nationalparks.org)).

V Kanadě se cestovním ruchem zabývá vládní Kanadská komise pro cestovní ruch (Canadian Tourism Commission) <http://en-corporate.canada.travel>. Cestovnímu ruchu se věnují i regionální vlády jednotlivých provincií. Kromě toho jej mají v agendě i specializované agentury provincií a menších regionů, například Ontario Heritage Trust, organizace zabývající se kulturním a přírodním dědictvím v Ontariu, marketingová organizace Travel Alberta v Albertě nebo Saskatchewan Parks and Recreation Association v Saskatchewanu.

## 3.2. Vývoj, fakta a čísla cestovního ruchu v Severní Americe

Díky rychlému hospodářskému rozvoji dostali první obyvatelé Severní Ameriky šanci cestovat jen pro svoje potěšení již v 19. století. Ale byli to tehdy pouze příslušníci vyšších společenských vrstev. Cesty na větší vzdálenosti byly v první polovině 19. století obtížné, protože dopravní infrastruktura byla nevyhovující. Prvním faktorem, který přispěl k demokratizaci cestování, byla železnice. Ve druhé polovině 19. století vznikla většina severoamerických železnic. Dokončeny byly v roce 1869 propojením východního a západního pobřeží. Železniční síť USA a Kanady propojila všechna větší města. Tehdy začaly vznikat také agentury zprostředkující trávení volného času na cestách mimo domov.

Další demokratizaci cestovního ruchu Severní Ameriky způsobil masový rozvoj automobilismu, výstavba cest a později i dálnic. První automobily se zde objevily již v 90. letech 19. století. Pro rozvoj amerického, ale i světového automobilismu byl rozhodující rok 1908, kdy Henry Ford začal v Detroitu výrobu svého proslulého Modelu T, jehož cena byla tak nízká, že si ho mohli dovolit koupit i příslušníci střední třídy. Osobní auta přispěla k rozvoji individuální turistiky, jíž se přizpůsobila i severoamerická turistická infrastruktura. Začaly se stavět hotely a později i mnohem levnější motely, které začaly Američanům sloužit na jejich individuálních cestách. První motel vznikl v roce 1925 v San Luis Obispo

v Kalifornii (Jackson 1993). Motely přispěly k rozvoji domácího cestovního ruchu, jenž je v Severní Americe dodnes velmi rozšířený.

I když podmínky pro rozvoj cestovního ruchu vznikly v Severní Americe o něco dřív než v jiných oblastech světa, masový cestovní ruch mimo území USA a Kanady se objevil až po druhé světové válce, s rozvojem letecké dopravy. Dnes patří Američané a Kanadčané k nejzcestovalejším. Aniž by omezovali domácí cestovní ruch, podílejí se významně i na světovém. Také území jejich států je významně navštěvováno turisty z jiných zemí.

**Tabulka č. 2.2 – Pozice USA a Kanady ve světovém cestovním ruchu (2011)**

Země	Počet přijíždějících turistů (mil.)	Pořadí ve světě	Příjmy z cestovního ruchu (mld. USD)	Pořadí ve světě
USA	62,3	2.	116,3	1.
Kanada	16,0	15.	16,9	18.

Zdroj: UNWTO: Tourism Highlights 2012

\* Předběžná data

V posledních letech se cestovní ruch v USA a Kanadě vyvíjel obdobně jako v celém světě. Teroristické útoky na New York a Washington ze dne 11. září 2001 negativně ovlivnily počty amerických turistů v zahraničí i počty zahraničních turistů v Severní Americe v roce následujícím (2002). Později se situace normalizovala, ale další omezení přinesla finanční krize v letech 2008-2010, která se více projevila v Kanadě než v USA.

**Tabulka č. 2.3 – Vývoj příjezdů zahraničních turistů do USA a Kanady v letech 2005-2011**

Země	2005 (mil.)	2007 (mil.)	2008 (mil.)	2009 (mil.)	2010 (mil.)	2011* (mil.)
USA	49,2	56,0	57,9	55,0	59,8	62,3
Kanada	18,8	17,9	17,1	15,7	16,1	16,0

Zdroj:

UNWTO: World Tourism Barometer, Vol. 8, No 2, June 2010 a Tourism Highlights 2012

\* Předběžná data

Podrobnější statistiku cestovního ruchu v Kanadě zveřejňuje Statistics Canada – Tables by subject: Travel and Tourism [http://www40.statcan.ca/101/ind01/13\\_4007-eng.htm?hili\\_none](http://www40.statcan.ca/101/ind01/13_4007-eng.htm?hili_none)

### 3.3. Cestovní ruch v USA a v Kanadě

#### 3.3.1. Cestovní ruch v USA

Spojené státy americké (USA), jsou čtvrtým státem světa podle rozlohy (**9 372 570 km<sup>2</sup>**) a třetím podle počtu obyvatel (**312 mil.**). Výkon jejich ekonomiky, politický význam a vojenská síla je řadí na místo první. Cestovní ruch je významnou součástí jejich ekonomiky a je poháněn především domácí poptávkou.

Příjmy většiny obyvatelstva USA jsou na takové úrovni, že mohou cestovat více než lidé v jiných částech světa. Omezují je pouze poměrně krátké dovolené. Z toho důvodu trvají cesty Američanů v produktivním věku zpravidla kratší dobu, než u Evropanů z nejnadvýspělejších západoevropských zemí. Významné je cestování v důchodovém věku (především důchodců střední a vyšší společenské třídy).

Mezi účastníky cestovního ruchu v USA tudíž převládají domácí turisté, turisté ze zahraničí tvoří menší část. USA tak nejsou v této oblasti ekonomiky na zahraničí závislé a jejich cestovní ruch by se rozvíjel i v případě snížení zájmu ze zahraničí.

**Tabulka 2.4. Nejnavštěvovanější turistické atrakce v USA v roce 2008**

<b>Turistická atrakce</b>	<b>Místo</b>	<b>Počet návštěvníků (mil.)</b>
Náměstí Times Square	New York (NY)	35,0
Bulvár v Las Vegas	Las Vegas (Nevada)	31,0
National Mall a Memorial Park	Washington, D.C.	24,0
Tržnice Faneuil Hall	Boston (Massachusetts)	20,0
Park Magic Kingdom	Orlando (Florida)	17,1
Disneyland	Anaheim (California)	14,9
Fisherman's Wharf a Golden Gate	San Francisco (California)	14,0
Niagarské vodopády	Stát New York	12,0
NP Great Smoky Mts.	North Carolina a Tennessee	9,4
Námořní molo	Chicago (Ill)	8,6
Jezero Lake Mead	Las Vegas (Nevada)	7,6
Universal Orlando Resort	Orlando (Florida)	6,2
Mořský svět (Sea World)	Orlando (Florida)	6,0
Nábřeží řeky San Antonio	San Antonio (Texas)	5,1
Chrám Salt Lake	Salt Lake City (Utah)	5,0
Park Delaware Water Gap	New Jersey a Pennsylvania	4,8
Studio Universal v Hollywoodu	Universal City (California)	4,7
Metropolitní Muzeum	New York (NY)	4,5
Pláž Waikiki	Oahu (Havaj)	4,5
Grand Canyon	Stát Arizona	4,4
Park Busch Gardens Africa	Tampa (Florida)	4,4
Pobřeží u mysu Cape Cod	Barnstable County (Mass.)	4,3
Sea World v San Diegu	San Diego (California)	4,2
Americké přírodovědné muzeum	Manhattan (New York)	4,0

Zdroj: BAEDEKER, R. (2008), America's 25 Most Visited Tourist Sites, *Forbes Traveler* [online:] <http://www.forbestraveler.com/best-lists/most-visited-us-tourist-attractions-story.html>

## **Oblasti cestovního ruchu v USA**

USA nelze popsat jako jeden region, protože je to obrovské území srovnatelné s menším kontinentem či světadílem (například Austrálií nebo Evropou). Z hlediska cestovního ruchu dělíme obvykle jejich území na osm menších regionů: šest je v pevninské části USA:



Atlantská nížina, Oblast Mexického zálivu, Apalačské pohoří, Oblast Velkých jezer, Velké pláne a Kordillery. Dvě další jsou mimo kontinentální korpus: Aljaška a Havajské ostrovy.

### **Atlantská nížina**

Tento region zahrnuje nejvýchodnější, nejdříve kolonizovanou část země. V jeho středu je největší městská metropole západní polokoule **New York (2010 18,9 mil. obyvatel)**.<sup>5</sup> Zejména jeho centrální čtvrť, Manhattan je turistickou atrakcí světového formátu (mrakodrapy, obchody, divadla - Broadway). Hlavní město USA - **Washington, D.C.** - je mnohem menší (0,6 mil. obyv., MSA – aglomerace Washington má **5,6 mil.**), ale turisticky velmi významné (především pro svá muzea, umělecké galerie, pomníky, vládní aj. budovy, parky). **Philadelphia (6,0 mil.)** je starým koloniálním sídlem, které po vzniku USA plnilo v letech 1790–1800 funkci prvního hlavního města, než byl poté na zelené louce postaven Washington.

Zvláštní součástí Atlantského regionu je **Nová Anglie**, oblast nejpodobnější staré Evropě, jejíž metropolí je **Boston (4,6 mil.)**. Tady vznikla jedna z prvních anglických kolonií (Plymouth ve státě Massachusetts, jejímiž zakladateli byli „otcové poutníci“ z lodi Mayflower z roku 1620). Dnes je to významné ekonomické a kulturní centrum, jež symbolizuje nejstarší univerzita v USA, Harvardova, v blízkém městě Cambridge.

Jiný charakter má jih regionu, který tvořil jádro secesionistických států v občanské válce (1861–1865); jde o Virginii, obě Karolíny a Georgii. Dnes je zde nejdynamičtější metropolí hlavní město Georgie **Atlanta (5,2 mil.)**, hostitelské město olympijských her z roku 1996. Nejjihnější poloostrov USA, **Florida**, jenž zasahuje již do subtropického klimatického pásma, je hlavní oblastí rekreačního cestovního ruchu tohoto regionu. Jeho hlavní turistickou atrakcí je komplex zábavních parků, **Disneyworld**, ve městě **Orlando (2,1 mil.)**. Kromě toho zde leží početná přímořská letoviska podél téměř celého východního a západního pobřeží Floridy, na přilehlých plochých ostrovech a řetězci ostrovů **Key West** v Mexickém zálivu.

### **Oblast Mexického zálivu**

Tento region je turisticky relativně méně atraktivní. Ekonomicky byl v minulosti méně rozvinutý, ale dnes se významně podílí především na těžbě americké ropy a zemního plynu. To jej posunulo nad americký průměr v HDP na obyvatele (především státy Louisiana a Texas), přestože k němu patří stále málo rozvinuté státy jako Alabama a Mississippi. Významným centrem cestovního ruchu je původně francouzské město **New Orleans (1,2 mil.)** založené v roce 1718 v deltě Mississippi, které je kulturním centrem světového formátu (jeho staré jádro tvoří francouzská čtvrť French Quarter, odkud pochází kreolská a cajunská kultura). Patří sem i bohatý a lidnatý stát **Texas** s největším městem **Houston (5,9 mil.)**, kde se nachází centrum kosmických letů NASA, velká turistická atrakce a taktéž přímořská letoviska při pobřeží Mexického zálivu.

### **Apalačské pohoří**

---

<sup>5</sup> Údaje za celé Metropolitní statistické oblasti (Metropolitan Statistical Areas – MSA) jsou v případě všech měst USA uváděných v textu ze sčítání lidu v roce 2010.

Je to nižší, ale velmi dlouhé horské pásmo s několika národními parky, s největším a velmi navštěvovaným **Great Smoky Mountains National Park**, a to na hranicích mezi státy Severní Karolína a Tennessee. Nachází se zde řada jeskyní (například nejdelší jeskyně světa **Mammoth Cave** ve státě Kentucky). V severní části pohoří leží středisko zimních sportů **Lake Placid**, hostitelské město zimních olympijských her v letech 1932 a 1980).

### Oblast Velkých jezer

Tento region je ekonomicky velmi vyspělý. V 19. století zde vzniklo jádro tehdejšího amerického průmyslu a byl proto (ale i pro svou polohu uprostřed kontinentu) nazýván Heartland. Asi od 80. let minulého století zde však probíhá ekonomická recese a pomalý, ale soustavný pokles hospodářského významu doprovázený zpomalením či dokonce úbytkem obyvatelstva. Svědčí o tom například skutečnost, že podle HDP na obyvatele je v současnosti hospodářsky nejvyspělejším státem této oblasti Illinois, jenž je v celoamerickém měřítku až 18. Místě a nejslabší Michigan dokonce až na 41. pozici. Průmysl i zemědělství jsou tu na mnoha místech překážkou rozvoje cestovního ruchu. Vzhledem k dobré dopravní poloze zaujímají průmyslové areály dlouhé kilometry pobřeží, například **Cleveland (2,1 mil.)** na břehu jezera Erie. Hlavní metropolí oblasti je **Chicago (9,5 mil.)** na pobřeží jezera Michigan a významnou atrakcí je vodopád **Niagara** (jeho větší a atraktivnější část je ovšem na území Kanady).

### Velké planiny

Původní oblast prérií mezi Mississippi a Skalnatými horami je dnes hlavní obilnicí Ameriky, ve své západní části je nazvaná **Vysoké planiny**, což je dnes hlavní oblast pasteveckého chovu skotu na maso. Od Severní Dakoty po východ Arkansasu se prostírá pšeničný pás (Wheat belt), který přesahuje do prerijských provincií Kanady (Manitoba, Saskatchewan a východní Alberta. V Jižní Dakotě a v Nebrasce se s ním prolíná kukuřičný pás (Corn belt) táhnoucí se od státu Ohio. Turisticky má celá oblast menší význam. Nejvýznamnějším městem je zde Francouzi založený **St. Louis (2,8 mil.)** nazývaný též „Bránou západu“. Největší je však dvojměstí **Minneapolis - St. Paul (3,3 mil.)** na horním toku řeky Mississippi. S tímto regionem je spojena legenda o osídlování amerického Západu, dodnes prezentovaná například ve starých pevnostech jako je **Dodge City** (Kansas) či v historických obchodních stanicích apod.

### Kordillery

Několik horských pásem (největší **Skalnaté hory** – Mt. Elbert 4401 m) zasahuje na jihu do Mexika a na severu do Kanady. Zde se nachází nejvíce národních parků USA (v tom nejvíce ve státě Kalifornie – 7 národních parků, Utah – 5 národních parků), včetně nejstaršího národního parku světa, **Yellowstone** (založen 1872), jehož větší část leží ve státě Wyoming. Dalšími významnými národními parky jsou **Glacier** (ledovce) a **Sequoia** (sekvoje, nejvyšší stromy světa v Kalifornii). Pozoruhodný je jeskynní komplex **Carlsbad Caverns**. Z kulturních atrakcí lze zmínit centra hazardu **Las Vegas** a **Reno** ve státě Nevada. Kordillery se táhnou až k pobřeží Pacifiku, kde leží nejlidnatější a nejrychleji se rozvíjející americký stát, Kalifornie, s městskými aglomeracemi **Los Angeles (12,8 mil.)** a **San Francisco (4,3 mil.)**. Zde se nachází také nejproslulejší světové centrum filmového průmyslu **Hollywood**.

### Aljaška

Největší stát USA leží na severovýchodě kontinentu a je od ostatních území oddělen územím Kanady. Je řídko osídlen a nemá velká města (největší je **Anchorage**). V Aljašských horách se nachází nejvyšší vrchol Ameriky **Mt. McKinley**, indiánským pojmenováním Denali (6 194 m). Aljaška má osm plošně velmi rozlehlých národních parků (**Brána Arktidy – Gates of the Arctic, Wrangel - St.Elias, Denali**). Vzhledem k drsným přírodním podmínkám, poloze i vysokým cenám není tak hojně navštěvována jako jižnější teritoria USA, ale je vděčnou destinací pro milovníky drsné severské a dosud poměrně dobře zachovalé přírody.

### Havajské ostrovy

Sopečné souostroví neleží v Americe, nýbrž v Oceánii. Od roku 1898 je součástí USA (nejdříve jako teritorium, od roku 1959 jako stát). Po Floridě je to druhá nejturističtější oblast USA. Jejím centrem je ostrov Oahu, na němž leží hlavní město **Honolulu (1 mil.)**. Nejvyšším vrcholem souostroví je vyhaslá sopka **Mauna Kea** (4205 m), která je podle své relativní výšky od mořského dna, jež zde má hloubku kolem 5000 m, nejvyšší horou světa. Turisté sem ale jezdí hlavně kvůli plážím (Waikiki), korálovým útesům a subtropickému moři.

### 3.3.2. Cestovní ruch v Kanadě

Kanada má sice desetkrát méně obyvatel než USA a její hospodářský význam ve světové ekonomice je přiměřeně menší, ale je to stát relativně stejně rozvinutý jako USA a navíc s rozlohou, která je v porovnání s USA dokonce o něco větší. Pro turistiku jsou však vhodné jen jižní oblasti při hranicích z USA, vedle toho je do pásu o šířce asi 300 km soustředěn téměř veškerý populační a ekonomický život Kanady. Kanada má 36 národních parků, další tři by měly přibýt.

Kanadské turistické regiony většinou teritoriálně navazují na regiony americké. Na východě leží **Atlantský region** s přístavním městem **Halifax (0,4 mil. obyvatel)**<sup>6</sup> (provincie Nové Skotsko) jeho největším centrem, které navazuje na stejnojmenný region v USA. Významný je například národní park „Fundy“ (v zálivu Fundy Bay mezi provinciemi New Brunšvik a Nové Skotsko) se skočným přílivem asi 15 m (zřejmě největším na světě).

V oblasti **Velkých jezer** se nacházejí dvě nejlidnatější a ekonomicky nejvýkonnější kanadské provincie: anglofonní **Ontario** (hlavní město **Toronto s 5,6 mil. obyvatel**) a frankofonní provincie **Quebec** (hlavní město **Quebec (0,8 mil.)**, největší město **Montreal (3,8 mil.)**). To je jádro kanadského státu s nejhustší sítí sídel a dopravních tahů. Na pomezí Ontaria a Quebecu leží hlavní město Kanady, relativně malá **Ottawa** (s předměstím Gatineau **1,2 mil. obyv.**). V této oblasti se nachází jedna z největších přírodních atrakcí Severní Ameriky, kanadská část vodopádu **Niagara**, která je větší a přitažlivější než americká část.

Dál na západ zasahuje **Oblast prérií**, která je pokračováním amerických Velkých plání, a turisticky rovněž patří k nejatraktivnějším. Také **Kordillery** nekončí na 49° s. š., kde leží valná část politické hranice mezi USA a Kanadou. Kanadské Kordillery jsou stejně atraktivní jako ty americké zejména díky neporušené přírodě. Zde jsou umístěny největší kanadské národní parky (**Banff** – nejstarší, zal. 1885, **Jasper, Yoho, Glacier** – neplést si se

---

<sup>6</sup> Počet obyvatel kanadských měst je uváděn ze statistické oblasti sčítání lidu (Census Statistical Area) v roce 2011, které zahrnují i jejich aglomerace.

stejnomeným, avšak jižněji položeným národním parkem v USA). Největším centrem horské západní Kanady je přímořský **Vancouver (2,3 mil.)**, město, které má na dosah velmi rozmanité okolí. Díky teplému mořskému proudu má příjemné teplé podnebí, ale v nedalekých horách jsou skvělé podmínky také pro zimní sportování (viz ZOH ve středisku **Whistler**). Na západním pobřeží ostrova Vancouver je pro pěší turistiku vyhledávaný národní park „Pacific Rim“. V oblasti, kde Kordillery přecházejí do rozlehlé severokanadské nížiny, leží od roku 1922 na hranicích státu Alberta a Severozápadního teritoria největší národní park Kanady, **Národní park lesního bizona** (Wood Buffalo National Park), který je svou rozlohou (44,8 tisíc km<sup>2</sup>) čtvrtým největším národním parkem světa a je srovnatelný s některými menšími státy, například s Dánskem nebo Estonskem.

Nejrozlehlejším územím Kanady je téměř liduprázdný **sever**, který zasahuje až do polárních oblastí (**Arktické souostroví**). Lidská sídla se zde vyskytují jen v místech těžby přírodních surovin a jiných lokalitách spojených s ekonomickou aktivitou, zejména dopravní. Pro cestovní ruch zde nejsou vhodné podmínky. Kolem roku 2000 tu bylo založeno několik velmi rozlehlých národních parků, které jsou však pro turisty prakticky nedostupné. Na nejsevernějším ostrově Arktického souostroví, Ellsmerově, leží druhý nejrozlehlejší kanadský národní park, **Quttinirpaak**, v inuitštině „vrchol světa“ (37,8 tisíc km<sup>2</sup>, tzn. o něco víc než celá Morava). Je to nejsevernější národní park světa.

### 3.3.3. Další severoamerická území

K Severní Americe počítáme i tři území, které nejsou součástí USA a Kanady. Jsou to ostrovy Grónsko, St. Pierre a Miquelon a Bermudy.

**Grónsko** je největší ostrov na světě (2 mil. km<sup>2</sup>), ale je to polární území s minimálním počtem obyvatel (70 tisíc) pokryté z velké části kontinentálním ledovcem. Turistika je tu minimální.

Další dvě ostrovní oblasti u New Founlandu jsou naopak miniaturní: ostrůvky **St. Pierre a Miquelon** (25 km<sup>2</sup> a 5 tisíc obyvatel) Jsou pozůstatkem koloniální přítomnosti Francie (jsou jejím zámořským územím) v tomto subregionu a tamní turistika je v měřítku celého subregionu zcela zanedbatelná.

Naproti tomu souostroví **Bermudy** (53 km<sup>2</sup>, 60 tisíc obyvatel) v Atlantiku na s. š. přibližně jižního Maroka asi 900 km od východního pobřeží USA je turisticky velmi významné. Ročně jej navštíví kolem 250 tisíc turistů – 80 % z nich přijíždí z USA. Přestože Bermudy leží v Atlantiku, nadto 1500 km na severovýchod od Baham, jsou někdy přiřazovány k ostrovům Karibiku. Jsou například členem Karibské turistické organizace ([www.onecaribbean.org](http://www.onecaribbean.org)).

## Kapitola 4 Karibik

Tato kapitola je věnována malé, ale turisticky nesmírně atraktivní oblasti ostrovů v Karibském moři. Její atraktivita je dána výbornými přírodními podmínkami (příjemné podnebí, malebná krajina, krásné pláže) a nanejvýš zajímavou směsí evropských a afrických kulturních prvků. Koloniální historie způsobila, že se zde mluví světovými jazyky, což je další výhoda tohoto subregionu. Politicky jsou zdejší země převážně demokratické (s výjimkou Kuby). Je to hlavní oblast rekreačního turistického ruchu pro turisty, zejména z USA a Kanady, kteří hledají odpočinek u teplého moře. Jako příklady zemí popsané podrobněji jsou vybrány ty, jež v cestovním ruchu subregionu zaujímají přední místa, tzn. Dominikánská republika, Puerto Rico, Kuba, Jamajka, Bahamy, Martinik, Guadeloupe a Barbados.

### 4.1. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v Karibiku

#### 4.1.1. Lokalizační předpoklady

Ostrovní část Střední Ameriky je soustavou několika souostroví, především Velkých a Malých Antil, které oddělují Mexický záliv a Karibské moře od Atlantského oceánu. Jsou to v podstatě vrcholy horského pásma Kordiller nebo sopky zaplavené mořem, proto leží zpravidla jeden vedle druhého jako korálky na niti. K Velkým Antilám patří Kuba, Hispaniola, Jamajka a Puerto Rico. Jsou to ostrovy velikosti menších evropských států. Malé Antily jsou menší ostrovy sopečného a korálového původu o velikosti zhruba našich okresů, ale některé z nich jsou velké jen jako naše obce. Celková rozloha ostrovů je 239,6 tis km<sup>2</sup>. Největší je Kuba se 110,9 tisíc km<sup>2</sup>, nejmenší jsou nizozemská Saba 13 km<sup>2</sup>, francouzský Svätý Bartoloměj (Saint Barthelémy) 21 km<sup>2</sup> a nizozemský Svätý Eustach (Saint Eustatius) 21 km<sup>2</sup>.

Podnebí je horké, oceánské, s malými amplitudami teplot. Na ostrovech jsou překrásné pláže vhodné k rekreačnímu využití. Ostrovy s vysokými horami mají na návětrné straně obvykle vysoké srážky (například 5400 mm v Blue Mts. na Jamajce) a bujnou vegetaci, ploché ostrovy jsou většinou suché (Bahamy). Vyskytuje se zde řada extrémních přírodních jevů, jako například ničivé tropické cyklóny, aktivní sopky a zemětřesení. Tyto jevy vytvářejí nádherné scenérie a zvyšují atraktivitu pro turisty, ale zároveň představují i jisté ohrožení. Přesto je to jedna z hlavních turistických oblastí světa, která slouží především turistům ze Severní Ameriky.

Hlavní lokalizační předpoklady Karibiku mají přírodní charakter:

- Příjemné podnebí po celý rok
- Čistá a průmyslem neznečištěná příroda – včetně mořské vody

- Velká rozmanitost přírodních prvků na malé ploše ostrovů
- Dlouhá pobřežní čára a velmi četné pláže

Ke kulturně-historickým lokalizačním předpokladům Karibiku patří především:

- Místní kultura vzniklá míšením evropských a afrických prvků
- Zajímavá moderní populární hudba (například reggae, rap)
- Rozšíření hlavních světových jazyků (jazyků bývalých kolonizátorů)
- Místo, kde byla „objevena Amerika“ a tím začal novověk v Evropě
- Legendy o pirátech a korzárech šířené literaturou a filmem

Pirátská legenda založená na historických faktech (viz Rychterová 2006, Cordingly 1996 nebo ze starších publikací Pawson, Busset 1975) je významnou atraktivitou karibského cestovního ruchu, a to zejména zásluhou jejího šíření v literatuře a filmu.

#### 4.1.2. Selektivní předpoklady

Oblast karibských ostrovů byla původně osídlena indiány, kteří zde vytvořili svébytnou, i když jednoduchou kulturu. V roce 1492 přistál Kolumbus poprvé právě na ostrově Watling (původně nazvaný San Salvador) na Bahamách, a tudíž byl právě Karibik prvním americkým subregionem, který byl kolonizován Evropany, nejdříve tedy Španěly, později Francouzi, Angličany a Holanďany. Prvním centrem evropské kultury na ostrovech se stalo Santo Domingo na ostrově Hispaniola (dnešní hlavní město Dominikánské republiky). Protože indiáni po invazi Evropanů rychle vymírali, byli sem již v 16. století masově přiváženi na práci černí otroci z Afriky. Karibik je dnes osídlen převážně obyvatelstvem vzniklým míšením příslušníků černé a bílé rasy. Indiáni se v místním obyvatelstvu, na rozdíl od většiny zemí na americkém kontinentu, téměř nevyskytují.

Ostrovky Karibiku sloužily Evropanům v 16. až 17. století jako opěrné body při expanzi na americkou pevninu. Proto mnohé z nich často měnily koloniálního majitele ale dnes je většina těch lidnatějších ostrovů nezávislá. Ze závislých území je největší Portoriko (Puerto Rico), které je přidruženým státem USA. USA podléhá také západní část Panenských ostrovů (nezačleněné území Spojených států). Nezávislé nejsou ani bývalé Nizozemské Antily, které mají status území přidružených k Nizozemí (ostrovky Curaçao, Aruba a Karibské Nizozemsko zformované v roce 2010 ze tří ostrůvků Bonaire, Saba a Svatý Eustach). Velká Británie spravuje jako zámořská území Panenské ostrovky (část), Montserrat, Kajmany, Turks a Caicos, Anguilla a Bermudy a Francie ovládá dva větší ostrovky, Martinik a Guadelupe a také dva malé ostrůvky Svatý Martin a Svatý Bartoloměj (Saint Barthelémy). Martinik a Guadelupe jsou zámořskými regiony Francie a Svatý Martin zámořským společenstvím Francie. Jako takové patří všechny tři formálně k tzv. nejvzdálenějším oblastem (outermost regions) Evropské unie. Toto postavení měl donedávna i ostrov Svatý Bartoloměj, ale v důsledku referenda v r. 2010 ho k 1. 1. 2012 ztratil. Zůstává zámořským územím Francie, ale součástí EU již není.

Karibský subregion cestovního ruchu je dnes hustě zalidněn a má poměrně vysokou míru urbanizace, i když zdejší města nemohou být srovnávána se severoamerickými. Největší karibské metropole Havana, Santo Domingo, San Juan mají kolem 1 mil. obyvatel. Na malých ostrovech jsou pochopitelně města mnohem menší. Jazykově jsou pestřejší než Severní Amerika, ale i přesto se zde rozšířilo jen několik evropských jazyků: španělština, angličtina, francouzština a nizozemština. To je významný pozitivní selektivní předpoklad pro rozvoj cestovního ruchu.

Ostrovní státy Karibiku jsou převážně politicky stabilní, většina zemí má demokratické vlády. Pouze Kuba je dlouhodobě nedemokratická. Autoritářský pravicový režim Fulgencio Batisty byl v roce 1959 svržen levicovými partyzány Fidela Castra, který zde nastolil levicovou diktaturu. Kuba je dnes jedním z posledních států světa, který se hlásí ke komunistické ideologii. Spojené státy komunistickou Kubu dlouhou dobu politicky a ekonomicky izolovaly. Nejcitelnější bylo ekonomické embargo. Po pádu komunistických režimů v Evropě a po rozpadu Sovětského svazu ale Kuba přestává být vnímána jako předpolí pro pronikání nepřátelské ideologie na americký kontinent a její mezinárodní izolace znatelně povoluje. To se projevuje pozitivně na ekonomice i na cestovním ruchu, i když zatím jen nepatrně.

#### **4.1.3. Realizační předpoklady**

Hospodářsky je Karibik středně rozvinutou oblastí světa. Státy na Velkých Antilách mají normální diverzifikované hospodářství s převažujícím zemědělstvím. Nejvyspělejší je přidružený stát USA, Puerto Rico, jehož hospodářství je propojeno s ekonomikou USA. Nejzaostalejší je Haiti, které bývá označováno za nejchudší stát na západní polokouli. Infrastruktura pro cestovní ruch je nejrozvinutější v Puerto Ricu, v Dominikánské republice a na Jamajce. Na nižší úrovni je na Kubě (v důsledku dlouhodobé politické izolace) a na Haiti (v důsledku zaostalosti ekonomiky).

Ostrovky Malých Antil jsou téměř jednostranně orientovány na cestovní ruch, který je jejich hlavním a mnohdy dokonce jediným zdrojem příjmu. Proto je zdejší turistická infrastruktura relativně dobře vyvinutá, přičemž patří převážně nadnárodním řetězcům a globálním firmám.

Realizační předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v Karibiku jsou:

- Minimálně průměrná úroveň místního hospodářství
- Velmi dobrá úroveň turistické infrastruktury (hotelů, restaurací)
- Dobrá dostupnost z USA a z Evropy (především letecká doprava)

## **4.2. Vývoj, fakta a čísla o cestovním ruchu v Karibiku**

Cestovní ruch v Karibiku se začal rozvíjet jako místo pro odpočinek bohatých Evropanů a Američanů v 19. století. První hotel zde byl otevřen již v roce 1778 (Bath na ostrově Nevis). Další pak vznikaly v průběhu 19. století: například Royal Victorian Hotel na

Bahamách (1861), hotel Crane Beach na Barbadosu (1887) nebo hotel Titchfield na Jamajce (kolem 1900). Skutečný boom výstavby hotelů však nastal až ve 2. polovině 20. století.

Prudký rozvoj cestovního ruchu nastal i v Karibiku v 60. letech 20. století, když se rozšířila masová letecká doprava a tím se cestovní ruch vymanil ze závislosti na pomalé lodní dopravě. V porovnání s ostatními obdobně atraktivními územími v Africe a v Asii měla oblast, o níž hovoříme, tu výhodu, že zdejší obyvatelstvo mluví evropskými jazyky a je i kulturně spřízněno s Evropou a Severní Amerikou, protože téměř všichni obyvatelé ostrovů Karibského moře jsou křesťané.

Karibik je nyní hlavní turistickou oblastí na americkém kontinentu. Jeho politická roztržičnost do mnohdy miniaturních státek neprospívá propagaci regionu jako celku a koordinaci rozvoje turizmu jako hlavního zdejšího ekonomického odvětví. Za tímto účelem vznikla v roce 1989 Karibská turistická organizace, a to sloučením Karibské turistické asociace (zal. 1951) a Centra pro výzkum a rozvoj karibského cestovního ruchu (zal. 1974). Vzhledem ke kulturní spřízněnosti jsou jejími členy i středoamerické Belize, a jihoamerické státy Guyana a Surinam (bývalé britské a nizozemské kolonie) ale i španělsky mluvící Venezuela, jejíž celé pobřeží je pobřežím Karibského moře ([www.onecaribbean.org](http://www.onecaribbean.org)).

Cestovní ruch v Karibiku umožňuje rozvoj většině zemí regionu. Dlouhodobě jeho objem stále roste, ale v posledních letech je vidět spíš stagnace a v roce 2009 dokonce pokles v důsledku globální ekonomické krize vzniklé v hlavní zdrojové zemi turistů v Karibiku, totiž v USA.

**Tabulka č. 3.1 – Počty příjezdějících turistů do zemí Karibiku v letech 2005-2011  
a příjmy z cestovního ruchu v roce 2011, případně 2010**

Země	2005 (tis.)	2007 (tis.)	2008 (tis.)	2009 (tis.)	2010 (tis.)	2011* (tis.)	2011 (mil. \$)
Dominikánská republika	3 691	3 980	3 980	3 992	4 125	4 306	4 535
Portoriko (USA)	3 686	3 687	3 716	3 551	3 679	---	3 588 <sup>a</sup>
Kuba	2 261	2 119	2 316	2 405	2 507	2 688	2 187 <sup>a</sup>
Jamajka	1 479	1 701	1 767	1 831	1 922	1 952	2 012
Bahamy	1 608	1 528	1 463	1 327	1 370	1 344	2 147 <sup>a</sup>
Aruba (Niz.)	733	772	827	813	825	871	1 352
Panenské ostrovy (USA)	582	581	586	563	590	536	1 013 <sup>a</sup>
Barbados	548	575	568	519	532	536	974
Martinik (Fr.)	484	501	480	442	476	495	472 <sup>a</sup>
Sv. Martin (Niz.)	468	469	475	440	443	424	719
Guadeloupe (Fr.)	---	---	---	347	392	---	---
Trinidad a Tobago	463	449	433	419	386	---	92
Turks a Caicos (Br.)	---	---	---	351	281	354	---
Curaçao (Niz.)	222	300	409	367	342	390	453
Britské Panenské ostrovy	337	358	346	309	330	338	389 <sup>a</sup>
Kajmanské ostrovy (Br.)	168	292	303	272	288	309	385 <sup>a</sup>
Svatá Lucie	318	287	296	278	306	290	296
Haiti	112	386	304	387	255	---	167 <sup>a</sup>
Antigua a Barbuda	245	262	266	234	230	241	313
Grenada	99	129	130	109	105	112	104



Sv. Kryštof a Nevis	141	123	128	93	99	98	92
Svatý Vincent	96	90	84	75	72	73	92
Dominika	86	88	89	75	77	73	80
Bonaire (Niz.)	63	74	74	67	---	---	106 <sup>b</sup>
Anguilla	62	78	68	58	62	66	105
Sv. Eustach (Niz.)	10	12	12	12	11	---	---
Saba (Niz.)	11	12	12	12	12	---	---
Montserrat (Br.)	10	8	7	6	6	5	6
Bermudy (Br.)	---	---	---	---	---	---	---
Sv. Martin (Fr.)	---	---	---	---	---	---	---
Sv. Bartoloměj (Fr.)	---	---	---	---	---	---	---
Turks a Caicos (Br.)	---	---	---	---	---	---	---

Zdroj:

UNWTO: World tourism barometer, Vol. 8, No 2, June 2010 a Tourism Highlights 2012

\* Předběžná data

a rok 2010

b rok 2009

Některé, především malé, ostrovy se časem staly na cestovním ruchu zcela závislé. Navíc zbytnělý cestovní ruch začal přinášet i negativní důsledky: neúměrný růst cen nemovitostí, které si na ostrovech kupují nadnárodní hotelové řetězce, znemožnění přístupu k plážím pro místní obyvatele na dlouhých úsecích, kde stojí uzavřené komplexy (tzv. gated societies) a nakonec i nezanedbatelný únik zisků z cestovního ruchu do sídel velkých mezinárodních turistických korporací v zahraničí (Gmelch 2003).

### 4.3. Cestovní ruch v nejvýznamnějších ostrovech Karibiku

V následující kapitole jsou podrobněji popsány detaily a zvláštnosti cestovního ruchu vybraných ostrovů v karibské oblasti. Především samozřejmě těch největších, které se velkou měrou podílejí na cestovním ruchu; jsou to Dominikánská republika, Portoriko, Jamajka z Velkých Antil a Bahamy, ale i některé z menších ostrovů v Malých Antilách, konkrétně francouzské ostrovy Martinik a Guadeloupe a Barbados.

#### 4.3.1. Dominikánská republika

Dominikánská republika zaujímá východní část ostrova Hispaniola. Její rozloha **48,7 tisíc km<sup>2</sup>** je jen o něco menší než rozloha samotných Čech, ale žije tam **10 mil. obyvatel**, tzn. tolik jako v celém Česku. Pobřeží (**1288 km**) je členité a malebné. Středem ostrova probíhají tři horská pásma Kordiller, z nichž nejvyšší je **Cordillera Central** (Pico Durante 3175 m). Podnebí je tropické, průměrné teploty kolísají od 23°C v únoru do 27°C v srpnu. Srážek je trochu více než ve střední Evropě, ale vlhké tropy zde nejsou. Nejdeštivějším měsícem je květen. V létě a na podzim se vyskytují nebezpečné cyklóny. Lesy jsou vlhké, tropické, na sušších místech se vyskytují savany. Dominikánská republika má 9 národních parků, převážně v Kordillerách.

Obyvatelstvo tvoří převážně mulati, úředním jazykem je španělština. Hlavním město, **Santo Domingo**, bylo založeno bratrem Kryštofa Kolumba, Bartolomeem (1496). Ekonomika země je průměrná, infrastruktura umožňující provozování cestovního ruchu (zejména dopravní) je dobrá. Je zde též nejvyšší počet hotelů v celém Karibiku (kolem **100 tisíc lůžek**).

Rekreační cestovní ruch se soustřeďuje na severním pobřeží v oblasti **Puerto Plata** (tzv. Karibská Riviéra). Významná je i jižní část pobřeží mezi Santo Domingo a městem **La Romana** a oblast na východě u mysu **Punta Cana**. V Kordillerách existují lázeňská centra (Jarabacoa, Constanza, San José de Ocoa). Poznávací cestovní ruch se soustřeďuje do hlavního města, které je nejstarší na americkém kontinentu a od roku 1990 je na seznamu UNESCO. Ve zdejší katedrále **Santa María la Menor** (1521) se nachází Kolumbova hrobka (i když to, zda je tam mořeplavec skutečně pohřben, se město Santo Domingo pře se španělskou Sevillou). V klášteře Santo Domingo (1510) byla založena **první univerzita** na americkém kontinentu (1532).

Počet přijíždějících turistů se blíží **4 mil.** ročně (viz tabulka 3.1). Příjmy z cestovního ruchu (**4,0 mld. \$**) řadí Dominikánskou republiku na první místo v regionu i mezi významnější turistické destinace v celosvětovém měřítku.

#### 4.3.2. Portoriko

Nejmenší ostrov Velkých Antil o rozloze **9,1 tisíc km<sup>2</sup>** (o něco více než Jihočeský kraj) se **4 mil.** obyvatel je **přidruženým státem USA**. Jeho přírodní podmínky jsou podobné sousední Dominikánské republice. Hory ve vnitrozemí jsou nižší (1338 m), pobřežní čára je kratší (kolem **500 km**) a není tak rozmanitá. Původní subtropické lesy se zachovaly jen v horách. Dál na východ leží už jen malé ostrovy a ostrůvky Malých Antil. Obyvatelstvo tvoří mulati a běloši mluvící španělsky, znalost angličtiny je vyšší než v ostatních španělsky mluvících zemích. Hlavním městem je **San Juan** (1 mil. obyvatel).

Spojení z USA dává Puerto Ricu možnosti rychlého rozvoje, proto i dopravní a turistická infrastruktura jsou na vysoké úrovni. Letiště v **San Juanu**, hlavním městě, je největší v Karibiku. Počet hotelových lůžek se blíží 30 tisícům. Ostrov navštěvují ročně necelé 4 mil. turistů, převážně z USA. Příjmy z cestovního ruchu dosáhly v roce 2008 celkem 3,7 mld \$, v následujícím mírně poklesly (viz Tabulka 3.1). Přes nepatrný pokles Puerto Rico zůstává na druhém místě v cestovním ruchu Karibské oblasti.

#### 4.3.3. Kuba

Největší ostrov Velkých Antil o rozloze 110 tisíc km<sup>2</sup> včetně menších ostrovů u pobřeží (asi jako bývalé Československo bez Východoslovenského kraje) obývá 11,5 mil. obyvatel (bělochů, mulatů a černochů) mluvících španělsky. Hlavním městem je **Havana**, největší karibské velkoměsto (2,2 mil. obyvatel). Přírodní podmínky jsou obdobné jako na ostatních ostrovech. Pobřežní čára je členitá (**3735 km**) a je nejdelší ze všech karibských ostrovů. Kuba přes svou relativně velkou rozlohu nemá moc vysoké hory (**Sierra Maestra** s vrcholem Pico Turquino 1974 m; jde o národní park). Na Kubě je velké množství krasových jeskyní, z nichž například **Santo Tomás** má kolem 17 km. Na pomezí provincií Guantanámo a Holguín se nachází **Humboldtův národní park**, který je zapsán na seznam UNESCO. Dalším národním parkem ze seznamu UNESCO je **národní park Vylodění z lodi Granma** nacházející se v provincii Oriente.

Ekonomika Kuby je poznamenána půlstoletím plánovaného **komunistického hospodářství** a ekonomickou blokádou ze strany USA. Soukromé podnikání je omezeno. Dopravní infrastruktura je zanedbaná, počet hotelů je sice vysoký (mají kolem **80 tisíc lůžek**),

ale jejich standard je většinou nižší. Ročně navštíví Kubu 2,4 mil. turistů, převážně z Kanady a z Evropy. Turisté z USA na ostrov kvůli blokádě nemohou. Příjmy z turistiky dosáhly pouze kolem 2,0 mld. \$ v roce 2009, a jsou hluboko pod možnostmi, které Kuba poskytuje. Ideologické překážky jsou účinnou brzdou rozvoje cestovního ruchu, a proto je Kuba v počtu zahraničních návštěvníků až na 3. místě v subregionu, i když by podle své velikosti a potenciálu mohla být na místě prvním.

Rekreační turistika disponuje řadou přímořských středisek po celé Kubě. Nejznámější jsou pláže mezi Havanou a městem Matanzas (**Varadero**), ale hezké pláže jsou i jinde (například **Siboney** u Santiagu de Cuba).

Poznávací turistika na ostrově nabízí především památky spojené s historií ostrova a s jeho bojem za nezávislost. Kuba byla poslední španělskou kolonií v regionu a nezávislost získala teprve v roce 1902. Koloniální architektura je nejlépe zachována v městečku **Trinidad** (památko UNESCO) i ve větších městech **Cienfuegos** a **Camagüey** (jejich centra jsou také na seznamu UNESCO). Jelikož Kuba je zemí kávy, na seznam UNESCO se v roce 2000 dostala i zachovaná krajina **prvních kávových plantáží** v jihovýchodní části ostrova (celkově jich je 7, největší z nich je La Gran Piedra).

Kubánský režim exponuje památky své vlastní historie. Jde například o kasárna **Moncada** v Santiagu de Cuba, na které Fidel Castro se svými druhy poprvé zaútočil už v roce 1953, muzeum revolucionáře **Che Guevary** v Santa Claře, nebo vyhlídka na vojenskou základnu USA u města **Guantanamo**. K ideologii se nakonec váže i název národního parku „Vylodění z lodi Granma“, který připomíná vylodění Castrových mužů v roce 1956, čímž začal jejich ozbrojený boj o ovládnutí Kuby.

#### 4.3.4. Jamajka

Třetí ostrov Velkých Antil podle rozlohy (**11 tisíc km<sup>2</sup>**; jako Středočeský kraj) s necelými **3 mil.** obyvatel (černochoů a mulatů hovořících převážně anglicky) má přírodní podmínky pro cestovní ruch podobné jako ostatní ostrovy této oblasti. Oproti ostatním je však o něco vlhčí. Srážky zde dosahují 1000 – 3500 mm ročně. Hlavním městem je **Kingston** (600 tisíc obyvatel).

Jamajka byla původně španělskou kolonií, v letech 1655-1962 patřila Velké Británii. Původně sloužila jako destinace cestovního ruchu především pro nepříliš početné, avšak movité britské turisty. V roce 1962 se Jamajka osamostatnila a ve stejné době sem začali přijíždět američtí turisté, pro něž se uzavřela Kuba. Jamajka leží od USA dále než Kuba, ale mluví se zde anglicky, což je pro americké turisty další výhodou. Protože v té době se významně rozšířila letecká doprava, od 60. let 20. století začala na Jamajce doba masové turistiky. V roce 2009 na ostrov zavítalo **1,8 mil. turistů** a příjmy z cestovního ruchu dosáhly téměř **2 mld. \$** (4. místo v Karibiku).

Nejznámější přímořská jamajská letoviska se nacházejí na severním pobřeží u **Montego Bay**, kde je i druhé nejvýznamnější letiště na ostrově. Z kulturně-historických památek je nejvýznamnější **Port Royal**, bývalé hlavní město, zničené z velké části zemětřesením v roce 1692 (část zřícenin je dnes pod mořskou hladinou).

#### 4.3.5. Bahamy

Souostroví většinou plochých a suchých vápencových ostrovů obklopených korálovými útesy se nachází na okraji Atlantiku mezi Floridou a Kubou. Dohromady má **13,9 km<sup>2</sup>** a žije na nich **310 tisíc obyvatel** (2/3 z nich na jediném ostrově nazvaném New Providence). Zde se nachází také hlavní město **Nassau** (220 tisíc obyvatel). Bahamy byly v letech 1627-1973 kolonií Velké Británie, proto většina obyvatel (černochoů a mulatů) hovoří anglicky.

Na ostrovech jsou mimořádné přírodní atraktivita na pomezí moře a souše (dnes jsou zde 4 národní parky). Nejsou tu vhodné podmínky pro zemědělství, a proto jediným zdrojem obživy byl do poloviny 20. století rybolov. V současné době je hlavním ekonomickým odvětvím na Bahamách cestovní ruch. Ročně sem přijíždí kolem **1,5 mil. turistů** (1,3 mil. v roce 2008) a příjmy s cestovního ruchu oscilují kolem **2 mld. \$**, což jsou hodnoty srovnatelné s ukazateli dosahovanými na Velkých Antilách. V případě tak malého státu ho tyto ukazatele řadí (v přepočtu na obyvatele) ke světové špičce v cestovním ruchu.

V hlavním městě Baham Nassau je možno okusit atmosféru pirátského přístavu. Je zde muzeum s replikou pirátské lodi Revenge, zajímavou expozicí a obchodem se suvenýry. O tomto muzeu se tvrdí, že jeho návštěva pro turisty v Nassau je tím, čím pro turisty v Londýně Muzeum Madame Tussaud (<http://www.pirates-of-nassau.com/home.htm>)

#### 4.3.6. Evropa v Karibiku: Martinik a Guadeloupe

Kouskem Evropy v Karibiku jsou dva zámořské departmány Francie na větších ostrovech Malých Antil, **Martinik** (1128 km<sup>2</sup>, 400 tisíc obyvatel) a **Guadeloupe** (1703 km<sup>2</sup>, 405 tisíc obyvatel) a také dvě zámořská společenství Francie na ostrovech **Svatý Martin** (53 km<sup>2</sup>, 35 tisíc obyvatel) a **Svatý Bartoloměj** (Saint Barthélemy, 25 km<sup>2</sup>, 8 tisíc obyvatel), které byly do roku 2007 součástí Guadeloupe. Obyvatelstvo tvoří černoši, mulati, běloši a Asiáté hovořící kreolskou francouzštinou. Místní kultura je zajímavou směsicí multikulturních prvků. Pro turisty z Evropy je politický status těchto ostrovů velkou výhodou, protože nejenom že tady platí euro, ale pro občany EU není k návštěvě těchto ostrovů třeba ani vízum.

K zajímavostem patří rozdělení i velmi malého ostrova **Svatý Martin** na francouzskou a nizozemskou část. Francii patří jen jeho severní část. Menší jižní část (34 km<sup>2</sup>, 35 tisíc obyvatel) patří Nizozemsku a do roku 2010 byla součástí dnes již zrušených Nizozemských Antil. Dnes je Konstituční zemí Nizozemského království a rovněž populární destinací cestovního ruchu.

Dělení ostrovů mezi koloniální mocnosti není nic neobvyklého. Svatý Martin (Saint Martin – Sint Maarten) je rozdělen smlouvou již od roku 1648. O technice jeho rozdělení koluje zajímavá legenda - Francouz a Holanďan se postavili na ostrově na břehu moře zády k sobě a vyrazili pěšky kolem jeho obvodu. Místo, ze kterého vyrazili, bylo určeno jako výchozí bod příští hranice. Na místě kde se setkali, byl druhý bod této hranice. Kolik každý reprezentant byl schopen ujít, neboť běžet se nesmělo, tolik území pro svou zemi získal. Je vidět, že francouzský chodec získal pro Francii dvě třetiny ostrova a Holanďan jen třetinu. Francouzi tvrdí, že to bylo proto, že se posilňoval lehkým francouzským vínem, zatímco Holanďan pil ostrý alkohol Jenever. Holanďané ovšem obviňují francouzského chodce, že podváděl a část trati běžel (Pérez 1980, díl VIII, s. 19).

**Martinik** (Martinique) je tropický sopečný ostrov v Malých Antilách, přesněji tzv. Návětrných ostrovech, které se počítají právě od Martiniku na jih. Ostrov má překrásné pláže zejména na jižním pobřeží (**záliv Cul-de-Sac**). Ve středu ostrova se nalézá činná sopka **Mt. Peleé** (1397 m), jejíž erupce v roce 1902 způsobila úplnou zkázu tehdejšího hlavního města Saint Pierre na jejím úpatí (karibské Pompeje). Dnes je hlavním městem ostrova **Fort de France**. Zdejší hotely disponují 10-ti tisíci lůžky a ročně sem jezdí půl milionu turistů.

**Guadeloupe** leží severněji v tzv. Závětrných ostrovech (od ostrova Dominica na sever). Je složena ze dvou ostrovů oddělených 120-ti metrovou úžinou. Na vyšší sopečné **Basse-Terre** leží stejnojmenné hlavní město celého zámořského departmánu (36 tisíc obyv.). Na úpatí sopky **Soufrière** (467 m) jsou umístěny lázně s termálními prameny (Ravine Chaude a Saint Claude). Na nižší, ploché vápencové **Grande Terre** leží největší město departmánu **Poiné-á-Pitre** (130 tisíc obyvatel) a nejvýznamnější přímořská letoviska. Guadeloupe nabízí asi 16 tisíc hotelových lůžek a ročně ji navštíví téměř půl milionu turistů.

Do obou francouzských teritorií v Karibiku jezdí každý rok přes milion turistů hlavně z USA a z Francie. Větší počet turistů z Evropy je dán především tím, že na oba ostrovy jako na území Evropské unie je pro její občany snadný přístup.

#### **4.3.7. Barbados a ostatní ostrovy Malých Antil**

**Barbados** je turisticky nejvýznamnější ostrov Malých Antil (430 km<sup>2</sup>, 285 tisíc obyvatel). Naproti většině Malých Antil ostrov není sopečný. Dosahuje pouze výšky 340 m (Mt. Hillaby). Obyvatelstvo tvoří obvyklá karibská kompozice, černoši, mulati a mestici hovořící převážně anglicky. Turisticky nejatraktivnější je západní pobřeží (**Platinové pobřeží**), kde je soustředěna většina hotelů (12 tisíc hotelových lůžek). Ročně jej navštíví téměř **600 tisíc turistů** a příjmy z cestovního ruchu přinášejí Barbadosu **1,2 mld. \$**.

Ostatní ostrovy Malých Antil mají turistů méně, pokud je počítáme odděleně. Je to dáno tím, že jich je mnoho a turisté ze severní Ameriky a Evropy se na nich rozptýlí a nikde nevznikne významnější koncentrace. Všechny dohromady však tvoří významnou turistickou destinaci, která může konkurovat nerozvinutějším centrům cestovního ruchu ve světě.

## Kapitola 5 Střední Amerika a Mexiko

### 5.1. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu ve Střední Americe a Mexiku

Tato kapitola pojednává o charakteru a proměnách cestovního ruchu v Mexiku a zemích Střední Ameriky. Ve statistických ročenkách Mezinárodní turistické organizace (WTO) je Mexiko řazeno do regionu Severní Ameriky, byť kulturně, historicky i politicky má mnohem blíže k zemím Střední Ameriky. Z důvodů sdílené minulosti jsme se proto rozhodli pojednat o Mexiku společně se zeměmi Střední Ameriky. Vzhledem k významu Mexika v mezinárodním cestovním ruchu budeme však o této zemi hovořit samostatně, neboť Mexiko je jednak výrazně větší a pestřejší než všechny země Střední Ameriky dohromady a přijíždí do něj také mnohonásobně více návštěvníků. Ale ani prostor Střední Ameriky není zcela homogenní, mezi jednotlivými zeměmi také existují významné rozdíly, proto jsme se snažili shrnout obecně platné trendy, ale zároveň upozornit na místní specifika na vybraných případových studiích.

#### 5.1.1. Lokalizační předpoklady

Mexiko je svou rozlohou necelých 2 mil km<sup>2</sup> 15. největší zemí světa a 5. největší zemí amerického kontinentu. Se svými přibližně 112 mil. obyvatel se řadí na 11. místo ve světě. Jeho fyzicko-geografická a klimatická diverzita je obrovská a tomu odpovídá i pestrost prostředí nabízející rozmanité příležitosti pro využití v turistickém ruchu. Mezi jednotlivými částmi země nacházíme výrazné rozdíly v ekologických podmínkách, reliéfu, nadmořské výšce, průměrných teplotách, četnosti a intenzitě srážek a dalších faktorech. Dominantní geomorfologickou silou utvářející reliéf Mexika jsou pásy hor Sierra Madre Occidental a Sierra Madre Oriental, které oddělují pobřežní nížiny od centrální mexické vysočiny tvořící většinu povrchu země. Hory brání pronikání srážek z Tichého oceánu a Mexického zálivu, proto je centrální část země výrazně sušší a v důsledku vysoké nadmořské výšky rovněž podstatně chladnější než pobřežní nížiny, s většími výkyvy teploty v průběhu dne a roku. Intenzita srážek narůstá od severu k jihu. Zatímco na severu převažují polopouštní až pouštní podmínky, stát Chiapas na jihu země se pyšní tropickým deštným lesem. Sezónně nejvíce srážek spadá do období dešťů (květen - září) a jejich intenzita pak výrazně klesá, v nížinách může ovšem pršet i v zimě. Sníh se v obydlených oblastech vysočiny objevuje jen výjimečně, některé horské vrcholy si však uchovávají sněhovou pokrývku celoročně. Klimatické zóny v Latinské Americe obecně, a samozřejmě to platí i pro Mexiko a země Střední Ameriky, se často vymezují pomocí termínů *tierra caliente*, *tierra templada*, *tierra fría* a *tierra helada*.

Prostor Střední Ameriky tvoří 7 relativně malých zemí o celkové rozloze přibližně 522 000 km<sup>2</sup>, což je zhruba čtvrtina rozlohy Mexika. V těchto zemích žije cca 40 mil. obyvatel a země se výrazně liší v počtu obyvatel a hustotě zalidnění. Mezi sdílené fyzicko-geografické charakteristiky regionu patří dlouhé a turisticky atraktivní pobřeží a hornaté vnitrozemí

s několika stovkami sopek dosahujících značné nadmořské výšky. Pobřežní nížiny tvoří úzké pásy a hlavní část povrchu všech zemí představují hornaté vysočiny. Na rozdíl od Mexika se však všech 7 zemí nachází v tropickém pásmu a vykazují během roku jen drobné změny teplot. Například na centrální guatemalské vysočině v nadmořských výškách kolem 1500 m n. m. panuje po celý rok příjemná teplota 20-25°C během dne a 12-17°C v noci. Guatemala se proto někdy nazývá zemí věčného jara, platí to samozřejmě ale jen pro vysočinu. Rozdíly spíše než mezi jednotlivými zeměmi totiž nalezneme uvnitř těchto zemí, a to zejména s rostoucí nadmořskou výškou.

Z hlediska srážek lze v prostoru Střední Ameriky podobně jako v Mexiku rozlišit dvě období. Období sucha od října do dubna a období dešťů od května do září, a dvě zóny, karibské pobřeží je obecně deštivější než pobřeží tichomořské. Sopečný charakter území vytvořil příznivé podmínky pro intenzivní zemědělství, které je dominantním antropogenním krajinnotvorným faktorem Střední Ameriky. Sopečná činnost ovšem rovněž souvisí s častými zemětřeseními, které spolu se sezónními hurikány představují hlavní přírodní rizika regionu.

Vysoká pohoří a sopky umožňují horskou turistiku i pro náročné turisty. Infrastruktura, kvalita značení stezek a bezpečnost turistů v tomto směru nejsou ve většině zemí zcela ideální, a proto tento typ turismu zůstává zatím málo rozvinut. Přes značné materiální škody a ztráty na životech představují sopky významný lokalizační faktor turistického ruchu v Mexiku a Střední Americe. Například podle průzkumu státního Nikaragujského turistického institutu v případě Nikaraguy celá ¼ zahraničních turistů během svého pobytu vylezla na některou z místních sopek. Panoramatu mexického hlavního města dominují sopky Popocatepetl a Ixtaccíhuatl, které jsou častým cílem turistických výprav. Kostarické cestovní kanceláře organizují výlety mimo jiné také k aktivní sopce Arenal, kde lze pozorovat lávové proudy a sopečné erupce. I dávné erupce ovšem poskytují příležitosti pro rozvoj turismu. V Nikaragui jsou to například odkryté pozůstatky dřívějšího hlavního města, tzv. León Viejo, které v 17. století zničilo zemětřesení a pohřbil sopečný popel. V Mexiku je to zase vesnice San Juan Parangaricutiro, která byla zničena sopečným výbuchem v 50. letech 20. st., a jejíž dochovaný kostel uprostřed lávového pole spolu se sopečným kuzelem sopky Paricutín patří mezi nejznámější turistické atrakce státu Michoacán.

Mezi další lokalizační faktory se řadí zejména přírodní a kulturně-historické podmínky a potenciální atraktivita turistického ruchu. Země Střední Ameriky v tomto směru nabízejí obdobný typ lokalizačních faktorů, přičemž Mexiko okruh těchto faktorů obohacuje o další atraktivita. Tisíce kilometrů pobřeží Tichého oceánu, Mexického zálivu a Karibského moře nabízí nepřehledné možnosti pro plážovou turistiku, surfování, jachting, pozorování mořské fauny či potápění. Všechny země regionu tímto potenciálem disponují a ve vysoké míře jej rovněž využívají. Například v Mexiku představuje objem turistů přijíždějících na přímořská letoviště 1/3 všech zahraničních turistů.

Stále častější formou turismu představuje také ekoturismus. V některých částech Střední Ameriky a Mexika se dochovaly původní ekosystémy, které vykazují vysokou míru biodiverzity a jsou domovem stovek endemických druhů. Královstvím ekoturismu je nepochybně Kostarika, o které pojednáváme níže, nicméně i ostatní země svou nabídku ekoturistických lokalit v současnosti výrazně rozšiřují. Mezi nimi rozhodně vyčnívá Belize, pro nějž jsou po mayských památkách právě mořské a pralesní přírodní rezervace hlavním turistickým lákadlem. Za termínem ekoturismus se skrývá především návštěva deštných pralesů, mokřadů, mořských rezervací a korálových útesů. Zatím nevyužitý zůstává potenciál ekoturismu v pouštních oblastech Mexika.

Dalším významným lokalizačním faktorem rozvoje turismu v Mexiku a Střední Americe je koloniální architektura pocházející převážně z 16.-18. století. V regionu se dochovaly tisíce historických památek často tvořící ucelená městská centra, která každoročně lákají většinu zahraničních i domácích turistů. Největší koncentrace zachovalých historických

památek je v Mexiku (více o Mexiku viz níže), ale i některé země Střední Ameriky mají v tomto směru co nabídnout. Jsou to kromě většiny hlavních měst především města Antigua a Chichicastenango v Guatemale, Belize City v Belize, Comayagua, Santa Rosa de Copán a Gracias v Hondurasu, Suchitoto v Salvadoru a Granada a León v Nikaragui. Častá zemětřesení a sopečné erupce, bohužel, zničily zejména ve Střední Americe mnoho památek, a i proto se tento region nemůže v oblasti koloniální architektury ani vzdáleně vyrovnat Mexiku.

Mezi významné sociální a zároveň lokalizační faktory charakterizující region patří také domorodí obyvatelé a jejich kultura. V Mexiku žije více jak deset miliónů indiánů, což je více než v kterékoliv jiné zemi amerického kontinentu, v Guatemale tvoří indiáni 40 % obyvatel a i v ostatních zemích Střední Ameriky s výjimkou Salvadoru a Kostariky představují regionálně velmi významnou složku obyvatelstva. Zatímco v Mexiku jsou hlavním „domorodým“ lákadlem především zříceniny předkolumbovských měst, čím více na jih se vypravíme, tím větší význam nabývají současné domorodé populace, jejichž vesnice se stávají stále častějším cílem zahraničních turistů.

Guatemala a Belize jsou právě na tomto pomezí a aktivně využívají v rozvoji turistického ruchu jak historických památek, tak současné indiánské kultury. Organizaci, podporu a rozvoj turistického ruchu v Guatemale má v kompetenci zákonem a státem řízený Guatemalský turistický institut (Instituto Guatemalteco de Turismo). Jeho marketingovou značkou je motto *Guatemala - Corazón del Mundo Maya*, v překladu to znamená Guatemala - srdce mayského světa. A není to přehnané tvrzení, alespoň ne z hlediska významu mayské kultury pro guatemalský turistický ruch. Hlavními turistickými atrakcemi země totiž jsou zejména průzračné jezero Atitlán obklopené kakčikelskými vesnicemi a spektakulárními sopkami, dále koloniální město Antigua s domorodými obyvateli v tradičních krojích a v neposlední řadě rovněž předkolumbovské mayské město Tikal v peténské nížině na severu země, které ročně navštíví více jak sto tisíc turistů.

Další zemí, která významně těží z mayského kulturního dědictví, je Belize. Předkolumbovská mayská města jako Altun Ha, Xanuntich či Lamanai jsou hlavními turistickými atrakcemi země a jejich návštěvnost v souhrnu zdaleka překračuje návštěvnost jakékoliv další turistické destinace, kterými jsou zejména mořské a pralesní přírodní rezervace. Belize Tourism Board, státem zřízená agentura zajišťující organizaci a rozvoj turistického ruchu v Belize, proto zvolila jako svůj marketingový slogan *Belize 2012*, přičemž těží z popularity tzv. „mayských“ proroctví o konci světa v roce 2012. Lákala turisty, aby přijeli oslavit konec světa právě do Belize. Skutečností ale je, že díky rozvoji turistické infrastruktury v mayských vesnicích došlo například skrze projekty komunitního ubytování nikoliv k úpadku, ale k revitalizaci současné mayské tradiční kultury, která nyní představuje další lákadlo pro zahraniční turisty (viz Například Williams 2009: 147-8).

### 5.1.2. Selektivní předpoklady

V této podkapitole se budeme stručně zabývat širším sociální, hospodářským a politickým kontextem rozvoje turistického ruchu v zájmovém regionu. Ani sebeatraktivnější region totiž nemůže přilákat turisty, pokud nejsou zajištěny s turistickým ruchem přímo nesouvisející podmínky garantující celkovou stabilitu a bezpečnost a umožňující turistům svou plánovanou cestu uskutečnit.

Tabulka č. 5.1 - Základní indikátory zemí regionu (2009)

Země	Rozloha (v km <sup>2</sup> )	Počet obyvatel v celých tis.	Hustota zalidnění	Měna	HDP (v mil. US\$)	HDI (pořadí)
Belize	22966	322	14,5	belizský dolar	1359*	93



<b>Guatemala</b>	108890	13019	120	quetzal	37311	122
<b>Honduras</b>	112492	7877	70	lempira	14409	112
<b>Kostarika</b>	51100	4621	89	colón	29276	54
<b>Mexiko</b>	1964375	112323**	57	peso	1004000	53
<b>Nikaragua</b>	130373	5742	44	córdoba	6298	123
<b>Panama</b>	75123	3284	44	balboa	23349	60
<b>Salvador</b>	21041	5745	273	americký dolar	21629	106

\* údaj za rok 2008

\*\* Podle posledního sčítání lidu v roce 2010.

Zdroj: Boletín de Estadística Turística de Centroamérica 2009

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática 2011

Human Development Report 2009

Střední Amerika má za sebou velmi bouřlivou minulost, která zanechala na společnosti, ekonomice a politice regionu velmi hlubokou stopu kladoucí jisté meze rozvoji turismu. Tabulka č. 5.1 shrnuje některé základní informace o zemích regionu. Pravděpodobně historicky nejdůležitějším selektivním faktorem, který ovlivnil rozvoj turistického ruchu ve Střední Americe, je politická stabilita. V Guatemale, Salvadoru, Hondurasu, Nikaragui a Panamě až do 90. let 20. st. buď probíhaly občanské války nebo zde vládly velmi represivní pravicové či rádoby levicové diktatury, poznamenané častými puči a vojenskou kontrolou společnosti. Jen Mexiko, Belize a Kostarika jsou v tomto směru výjimkami (o Mexiku a Kostarice viz níže). Jistě není pouhá shoda okolností, že právě tyto země, Mexiko a Kostarika absolutně a Belize relativně, výrazně předhání ostatní země regionu v kvalitě a významu cestovního ruchu. Jedním z velmi negativních důsledků militarizace společnosti je vysoká frekvence násilných trestných činů zejména v Guatemale, Salvadoru a Hondurasu. Dnes je politická situace ve všech zemích relativně stabilní, nicméně ztracená desetiletí budou některé země dohánět ještě velmi dlouho.

Paradoxně i tak dramatické události jako občanské války či revoluce mohou hrát roli v rozvoji turistického ruchu. Příkladem může být tzv. revoluční turismus na Kubě, v Nikaragui, v mexickém Chiapasu či třeba v Salvadoru. Salvadorská turistická korporace (*Corporación Salvadoreña de Turismo*) zřízená ministerstvem turismu za účelem propagace turistického ruchu v Salvadoru například nabízí několik turistických balíčků či tras jako například *Ruta Colonial y de los Volcanes* (Trasa koloniální architektury a sopek) či *Ruta Sol y Playa* (Trasa slunce a pláží). Jednou z těchto tras je i *Ruta de Paz*, tedy Trasa míru. Ta kromě přírodních a archeologických lokalit zahrnuje rovněž návštěvu města Perquín, v němž měli během občanské války svou hlavní základnu povstalci z Armády Farabunda Martího pro národní osvobození (FMNL). Dnes se zde nachází Muzeum revoluce a součástí trasy je také návštěva bývalého povstaleckého tábora

Ekonomiky zemí Střední Ameriky se s výjimkou Nikaragui pomalu vymaňují z dluhové pastí, do níž se dostaly zejména po ropné krizi v roce 1973. Klesá inflace a zmírňují se kurzovní výkyvy národních měn. Kromě Salvadoru, který používá jako svou národní měnu americký dolar, je na dolar rovněž přímo navázán belizský dolar (v poměru 2 belizské za 1 americký) a také panamská balboa (1:1). To vede k výrazné závislosti na výkyvech ekonomiky USA, která je prohloubena skutečností, že USA jsou rovněž hlavní zdrojovou zemí zahraničních turistů (po sousedních zemích). Rok 2008 byl proto v souvislosti s krizí v USA pro turismus v zemích Střední Ameriky obtížným obdobím.

Občanské války minulosti byly živeny zejména obrovskou sociální a majetkovou nerovností, etnickou diskriminací indiánů a vysokou mírou chudoby. Byť ve všech zemích došlo k významnému pokroku ve všech těchto oblastech, jak ukazují různé indikátory, většina

zemí se stále potýká s vysokou mírou chudoby, nízkým indexem lidského rozvoje (HDI), velkou finanční závislostí na remitencích ze zahraničí a jednostrannou orientací ekonomiky na export několika málo primárních komodit zejména zemědělského charakteru. Vlády těchto zemí si proto vysoce cení turismu a posuzují jeho význam nejen s ohledem na jeho podíl na tvorbě HDP, ale sledují také poměr příjmů z turismu a příjmů z exportu, tedy podíl turismu na zisku tvrdé měny. Mimo jiné se opakovaně ukazuje, že příjem z turismu ve většině zemí přesahuje příjem z jakékoliv jiné komodity či služby, které daná země vyváží. Zároveň turismus významně přibližně 3-10 % přispívá k celkové zaměstnanosti. Následující tabulka naznačuje některé ekonomické souvislosti významu turismu pro ekonomiky středoamerických zemí.

**Tabulka č. 5.2 - Ekonomický význam turismu (2009)**

Země	příjmy z turismu (v mil. dolarů)	poměr příjmů z turismu a exportu*	podíl turismu na HDP
<b>Belize (2008)</b>	281,5	60 %	21 %
<b>Guatemala</b>	1298	18 %	3 %
<b>Honduras</b>	611,1	8 %	5 %
<b>Kostarika</b>	1977,8	23 %	7 %
<b>Mexiko</b>	13289	6 %	8,70 %
<b>Nikaragua</b>	345,9	19 %	4 %
<b>Panama</b>	2269	20 %	10 %
<b>Salvador</b>	527,4	14 %	2 %

\*přibližné údaje

Zdroj: Boletín de Estadística Turística de Centroamérica 2009

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática 2011

Česká republika má v současnosti v regionu již jen jedno diplomatické zastoupení, kterým je velvyslanectví a konzulát v Mexiku. Zastoupení ČR v Kostarice bylo z důvodu vládních úspor v roce 2011 zrušeno. Pro návštěvu žádné ze zemí regionu nepotřebují turisté z ČR vízum, ve všech zemích jsou oprávněni zůstat po dobu 3 měsíců. Jen Belize omezuje délku pobytu při bezvízovém styku na 30 dní.

### **5.1.3. Realizační předpoklady**

Mezi realizační předpoklady se řadí především legislativní, institucionální a infrastrukturní podmínky v přijímající zemi, které umožňují využít potenciál lokalizačních faktorů. Na specifika realizačních předpokladů cestovního ruchu v Mexiku upozorňujeme v podkapitole věnované této zemi, proto se nyní budeme zabývat jen zeměmi Střední Ameriky.

Cestovní ruch, jak vyplývá i z Tabulky č. 5.2, hraje v ekonomikách zemí Střední Ameriky zcela výjimečnou roli. Význam cestovního ruchu si vlády těchto zemí velice dobře uvědomují a věnují mu pozornost na nejvyšší, povětšinou ministerské úrovni. Ve všech zemích existují turistické instituty či korporace, které jsou řízeny přímo či zprostředkovaně ministry pro turismus. Tyto instituty připravují strategie rozvoje, financují infrastrukturní i destinační projekty a zajišťují marketing na celosvětové úrovni. Na internetových stránkách těchto institutů se nacházejí základní turistické, vízové a institucionální informace a turistické statistiky pro danou zemi, včetně odkazů na partnerské organizace. Ve všech zemích rovněž

existují národní komory sdružující poskytovatele služeb v turistickém ruchu. Ačkoliv tyto komory jsou soukromými asociacemi, aktivně spolupracují s vládními instituty na různých projektech propagace a rozvoje turismu. I na jejich internetových stránkách lze nalézt mnoho důležitých informací o destinacích a rozsahu a kvalitě poskytovaných služeb. Zároveň zde jsou také informace o možnostech investování v oblasti turistického ruchu a kontakty na další soukromé asociace. Tabulka č. 5.3 obsahuje názvy a internetové stránky hlavních institucí cestovního ruchu ve Střední Americe a Mexiku.

**Tabulka č. 5.3 - Instituce cestovního ruchu ve Střední Americe a Mexiku**

<b>Země</b>	<b>Vládní instituce</b>	<b>Další instituce</b>
<b>Belize</b>	Ministry of Tourism, Civil Aviation and Culture <a href="http://www.belize.gov.bz/">http://www.belize.gov.bz/</a>  Belize Tourism Board <a href="http://www.belizetourism.org/">http://www.belizetourism.org/</a> <a href="http://www.travelbelize.org/">http://www.travelbelize.org/</a>	Belize Tourism Industry Association <a href="http://www.btia.org">http://www.btia.org</a>
<b>Guatemala</b>	Instituto Guatemalteco de Turismo <a href="http://www.visitguatemala.com/">http://www.visitguatemala.com/</a>	Cámara de Turismo de Guatemala <a href="http://www.camtur.org">http://www.camtur.org</a>
<b>Honduras</b>	Secretaría de Turismo Instituto Hondureño de Turismo <a href="http://www.iht.hn/">http://www.iht.hn/</a>  Visite Honduras <a href="http://www.visitehonduras.com/">http://www.visitehonduras.com/</a>	Cámara Nacional de Turismo <a href="http://www.canaturh.org/">http://www.canaturh.org/</a>
<b>Kostarika</b>	Instituto Costarricense de Turismo (ICT) <a href="http://www.visitcostarica.com/">http://www.visitcostarica.com/</a>  Banca de Turismo <a href="http://www.bncr.fi.cr/bn/turismo/">http://www.bncr.fi.cr/bn/turismo/</a>	Cámara Nacional de Turismo <a href="http://www.canatur.org/">http://www.canatur.org/</a>  Asociación Costarricense de Operadores de Turismo <a href="http://www.acot.co.cr/">http://www.acot.co.cr/</a>
<b>Mexiko</b>	Secretaría de Turismo <a href="http://www.sectur.gob.mx/">http://www.sectur.gob.mx/</a>  Consejo de Promoción Turística <a href="http://www.visitmexico.com/">http://www.visitmexico.com/</a>  Fondo Nacional de Fomento al Turismo <a href="http://www.fonatur.gob.mx/">http://www.fonatur.gob.mx/</a>  DataTur (statistiky o turismu) <a href="http://datatur.sectur.gob.mx">http://datatur.sectur.gob.mx</a>	Consejo Nacional Empresarial Turístico <a href="http://www.cnet.org.mx/">http://www.cnet.org.mx/</a>  Confederación Nacional Turística <a href="http://new.confederacion.org.mx/">http://new.confederacion.org.mx/</a>
<b>Nikaragua</b>	Instituto Nicaragüense de Turismo <a href="http://www.intur.gob.ni/">http://www.intur.gob.ni/</a> <a href="http://www.visitanicaragua.com/">http://www.visitanicaragua.com/</a>	Cámara Nacional de Turismo <a href="http://www.canatur-nicaragua.org/">http://www.canatur-nicaragua.org/</a> <a href="http://www.canaturnicaragua.org/">http://www.canaturnicaragua.org/</a>
<b>Panama</b>	Autoridad de Turismo de Panamá <a href="http://www.atp.gob.pa/">http://www.atp.gob.pa/</a> <a href="http://www.visitpanama.com/">http://www.visitpanama.com/</a>	Cámara de Turismo de Panamá <a href="http://www.camturpanama.com/">http://www.camturpanama.com/</a>
<b>Salvador</b>	Ministerio de Turismo <a href="http://mitur.gob.sv/">http://mitur.gob.sv/</a>  Corporación Salvadoreña de Turismo	Cámara Salvadoreña de Turismo <a href="http://www.casatur.org/">http://www.casatur.org/</a>  Asociación Salvadoreña de Tour Operadores

<a href="http://www.elsalvador.travel/">http://www.elsalvador.travel/</a>	<a href="http://www.asotur.org/">http://www.asotur.org/</a>
---	---

Jako ilustrace činností a projektů, které realizují středoamerické vládní instituce zaměřené na rozvoj cestovního ruchu, mohou posloužit Honduras a Salvador. Rozvoj cestovního ruchu v Hondurasu má na starosti Honduraský turistický institut (*Instituto Hondureño de Turismo*) řízený ministerstvem turismu. V jeho kompetenci rovněž je vypracovávat a následně plnit strategické dokumenty. Jedním z těchto strategických dokumentů je Národní plán udržitelného turismu (*Plan Nacional de Turismo Sostenible*). Plán stojí na dvou pilířích, jimiž jsou výstavba infrastruktury ve vybraných lokalitách a podpora rozvoje soukromých projektů rozvoje cestovního ruchu. Plán se zaměřuje zejména na zlepšení veřejné a turistické infrastruktury a ochranu památek v oblasti zapojené do projektu Mayský svět a dále do rozvoje vybraných karibských plážových lokalit, obzvláště pro vládu prioritního resortu Los Micos. Územní dopad plánu je zatím omezený na úzký pruh podél hranic s Guatemalou a část karibského pobřeží. S ohledem na omezené investiční prostředky honduraské vlády je to však pochopitelné (více informací o projektu je možné získat na internetových stránkách <http://www.pnts.hn/>).

Salvadorská turistická korporace realizuje v současnosti řadu projektů rozvoje cestovního ruchu. Jedním z nich je projekt nazvaný Živé obce (*Pueblos Vivos*). Projekt spočívá v podpoře revitalizace místní kultury s cílem zatraktivnit obce pro turistický ruch, zvýšit zaměstnanost a přispět k celkovému zvýšení kvality života. Obce se do projektu zapojují dobrovolně, přičemž mohou na realizaci některých aktivit získat půjčku administrovanou turistickou korporací pomocí zvláštního fondu CREDITUR vytvořeného za tímto účelem. V roce 2010 se projektu zúčastnilo více jak 100 obcí a ačkoliv je projekt cílen především na domácí turismus, jeho přesah k mezinárodnímu turismu je zcela zřejmý.

Prostor Střední Ameriky se liší od Ameriky Jižní existencí celoregionálního Středoamerického integračního systému (SICA). V jeho rámci existuje i Středoamerická turistická rada (CCT) tvořená ministry turismu členských států. Rada má stálou Kancelář pro středoamerickou turistickou integraci (SITCA) se sídlem v Salvadoru. Tato kancelář sbírá statistické údaje o vývoji turismu v regionu, organizuje vzdělávací a propagační programy a plní další úkoly Rady. Na této integrační úrovni rovněž existuje soukromá Federace národních turistických komor (FEDECATUR). Tato federace ve spolupráci s Radou vytvořila Středoamerickou agenturu pro propagaci cestovního ruchu (CATA) se sídlem v Madridu, jejímž hlavním posláním je propagovat region na veletrzích cestovního ruchu a dalšími prostředky. Výchozí internetovou stránkou pro přístup k těmto organizacím je [www.sica.int/cct](http://www.sica.int/cct).

Mezinárodní spolupráce v rozvoji turistického ruchu není běžná, neboť všechny země mezi sebou soutěží o omezený počet turistů. Jedním z pozitivních příkladů spolupráce mezi středoamerickými zeměmi je projekt Mayský svět (*Mundo Maya*), do něhož se zapojilo pět zemí regionu - Mexiko, Guatemala, Belize, Salvador a Honduras. Projekt, který jde nad rámec SICA, se začal realizovat v roce 1998 díky půjčce Meziamerické rozvojové banky. Jeho cílem je kromě propagace cestovního ruchu zejména koordinace plánování a financování projektů veřejné a turistické infrastruktury a ochrany životního prostředí. Z pohledu zemí je tento projekt relativně úspěšný, z pohledu mayských obyvatel regionu ovšem čelí ostré kritice kvůli minimální možnosti participace v plánovacích procesech a malému přínosu pro místní ekonomiku a zaměstnanost.

Rozsah a kvalita turistické infrastruktury v zemích Střední Ameriky se mezi jednotlivými zeměmi značně liší. Základní ukazatele vybrané turistické infrastruktury a její vytíženosti obsahuje Tabulka č. 5.4.

**Tabulka č. 5.4 - Ubytovací zařízení a cestovní kanceláře (2011)**

	BZ	CR	ES	GU	MX*	HO	NI	PA
<b>Počet hotelů</b>	716	2476	402	2689		993*	732	600
<b>Počet pokojů</b>	7111	44307	8373	44821	473447	-	10235	21067
<b>Počet lůžek</b>	12113	-	14286	110681	-	-	16526	42134
<b>Naplněnost</b>	39,3 %	63,4 %	65,3 %	48,3 %	51,8 %	47,2 %**	63,1 %	64,7 %
<b>Počet CK</b>	224	414	10	707		114*	22	270

\*Údaj za rok 2008

\*\* údaj za rok 2010

Zdroj: Consejo Centroamericano de Turismo - Boletín de Estadística Turística de Centroamérica 2009 a 2011

Kvalitativně nejvýše stojí turistická infrastruktura Kostariky, Panamy a Belize a následuje Guatemala, Honduras a Salvador. Nově objevenou a rychle se rozvíjející turistickou destinací je Nikaragua, která je na tom zatím s infrastrukturou obdobně jako výrazně menší Salvador. Kvalita a dostupnost turistické infrastruktury je uvnitř zemí prostorově velmi heterogenní. Vynikající kvality dosahuje v nejfrekventovanějších letoviscích, naopak v lokalitách turisty málo navštěvovaných turistická infrastruktura téměř chybí. Například v Nikaragui se 2/5 všech hotelů nacházejí v hlavním městě, v Guatemale je to přibližně 1/5.

Infrastruktura, jak ta obecná (silnice, elektrická síť, zdravotní péče aj.), tak ta specificky turistická (ubytovací a stravovací zařízení, půjčovny aut, prodejny a půjčovny turistických potřeb apod.) je většinou autorů považována za základní předpoklad rozvoje turistického ruchu. Zajímavým příkladem v tomto směru je však oblast deštného pralesa v provincii Darién ve východní části Panamy při hranicích s Kolumbií. Tropické deštné lesy pokrývají až 40 % rozlohy Panamy, což je nejvíce ve Střední Americe. Východní Darién je jakoukoliv infrastrukturou nepoznamenaný a představuje jednu z posledních turistických hranic ve Střední Americe. Dostat se z Panamy do Kolumbie po zemi jinak než pěšky není možné a obnáší to velmi náročnou a nebezpečnou několikadenní pěší túru hornatým a bažinatým terénem. Právě tato skutečnost každoročně láká mnoho dobrodruhů z celého světa, kteří si najímají místní indiánské průvodce v naději, že je provedou spleť lesních pěšin a ochrání před pašeráky kokainu. Protože těchto dobrodruhů není dost, aby se vyplatilo do infrastruktury investovat, žádná nevzniká a zřejmě ani v brzké době nevznikne. Byť je tato forma extrémního turismu v ekonomice Panamy marginální, pro místní obyvatele znamená cenný příspěvek do rodinných rozpočtů a lokálně má relativně značný ekonomický dopad

## 5.2. Vývoj, fakta a čísla o cestovním ruchu ve Střední Americe

Zatímco v roce 1950 přijelo do zemí Latinské Ameriky přibližně 1,3 mil. turistů, v roce 1980 už 18 miliónů a v roce 2006 to už bylo 45 mil. Podobným tempem rostly také příjmy z turismu. V roce 1950 činily přibližně 392 miliónů amerických dolarů, v roce 1980 už 13 miliard a v roce 2006 41 miliard (Baud 2009: 2). V kontextu této kapitoly je důležité zdůraznit, že Mexiko samotné představuje přibližně 40 % všech turistických příjezdů v Latinské Americe a země Střední Ameriky přibližně dalších 20 %. Podíl Mexika a Střední Ameriky na celkových příjmech z turismu je přibližně 50 %. S ohledem na celkový rozmach turismu v jiných částech světa podíl příjezdů do zemí Latinské Ameriky sice velice mírně ale stabilně klesá.

Obdobně jako v Karibiku i v regionu Střední Ameriky se turismus začal rozvíjet relativně brzy. Obzvláště Mexiko sehrálo v tomto procesu zcela zásadní roli díky svým jedinečným přírodním, kulturně-historickým a kulturním atrakcím. Nicméně podobně jako v Karibiku bylo budování turistické infrastruktury především otázkou soukromých investic do místních podniků. Na vládní úrovni získává turismus systematickou právní, institucionální a

finanční pozornost až po 2. světové válce. Například v Panamě vznikla první na turismus zaměřená vládní organizace, Panamský turistický institut, až v roce 1960.

V důsledku politické nestability regionu se turismus v této oblasti rozvíjel jen velmi zvolna. Jako příklad můžeme uvést Guatemalu, v níž počet zahraničních příjezdů v letech 1965 – 1995 značně kolísal v závislosti na intenzitě občanské války a až do 90. let spíše stagnoval. V roce 1965 Guatemala zaznamenala 153 tisíc příjezdů, v roce 1975 to bylo 450 tisíc, v roce 1985 jen 251 tisíc a v roce 1995 již 563 tisíc. Stabilní a výrazný růst v počtu zahraničních turistů zaznamenaly v druhé polovině 20. st. jen Mexiko a Kostarika. Skutečný boom v turistickém ruchu země regionu zažívají až od konce 90. let. Například v Panamě se počet turistů v letech 1999 - 2009 ztrojnásobil. Obdobně rostly i příjmy z turistického ruchu. Dynamiku vývoje turistického ruchu v posledních deseti letech zachycují tabulky č. 5.5 a 5.6.

**Tabulka č. 5.5 - Celkový počet návštěvníků v letech 2002, 2005, 2008 a 2011**

	<b>BZ</b>	<b>CR</b>	<b>ES</b>	<b>GU</b>	<b>HO</b>	<b>NI</b>	<b>PA</b>
<b>2002</b>	519	1336	885	885	788	579	800
<b>2005</b>	1037	1959	1306	1316	1118	804	1070
<b>2008</b>	847	2409	1875	1715	1561	1010	1575
<b>2011</b>	1099	2526	1635	1823	1852	1122	2004
<b>index změny 2011/2002</b>	2,12	1,89	1,85	2,06	2,35	1,94	2,51

Zdroj: Consejo Centroamericano de Turismo - Boletín de Estadística Turística de Centroamérica 2011

**Tabulka č. 5.6 - Celková výše příjmů z turismu v letech 2002, 2005, 2008 a 2011 (v mil. US\$)**

	<b>BZ</b>	<b>CR</b>	<b>ES</b>	<b>GU</b>	<b>HO</b>	<b>NI</b>	<b>PA</b>
<b>2002</b>	133	1078	290	612	305	116	707
<b>2005</b>	175	1570	492	869	466	184	1104
<b>2008</b>	282	2174	734	1276	621	301	2217
<b>2011</b>	257	1976	615	1350	639	377	2917
<b>index změny 2011/2002</b>	1,93	1,83	2,12	2,21	2,1	3,25	4,12

Zdroj: Consejo Centroamericano de Turismo - Boletín de Estadística Turística de Centroamérica 2011

Klíčovou roli pro porozumění vývoji cestovního ruchu hraje analýza struktury turistického trhu. Mezi otázkami, které si geografové kladou, stojí v popředí tyto:

- Ze kterých zemí do dané země přijíždějí turisté a jak se mění podíl té které země na celkových příjezdech v čase?

- Jak do země turisté přijíždějí (po zemi, letecky, po moři) a jaké nároky to klade na transportní infrastrukturu?

- Jak se liší výše útraty a nároky turistů v závislosti na zemi či regionu, odkud přijíždějí? Které trhy jsou pro danou zemi významnější a které méně?

- Jaký je důvod cesty? Cestují především za rekreací, pracovní nebo za rodinou a přáteli?

- Jaké jsou mezinárodní a vnitrostátní geografické souvislosti důvodů pro cestu?

- Jaká je geografická koncentrace nebo rozptýlenost turistického ruchu a turistické infrastruktury v dané zemi?

- Jak se liší převládající formy turismu v závislosti na původu turistů?

Následující tabulky shrnují vybrané statistické ukazatele, které lze použít k částečnému zodpovězení některých výše uvedených otázek.

**Tabulka č. 5.7 - Počet a struktura zahraničních příjezdů v roce 2011**

Země	Počet příjezdů turistů	Počet příjezdů jednodenních návštěvníků (zejména na výletních lodích)	Počet příjezdů celkem
Belize	250	849	1099
Guatemala	1225	598	1823
Honduras	871	981	1852
Kostarika	2192	334	2526
Mexiko	23403	52329*	75732
Nikaragua	1060	62	1122
Panama	1473	531	2004
Salvador	1185	450	1635

\*údaj o jednodenních návštěvnících zahrnuje 5,3 mil. příjezdů na výletních lodích, zbytek jsou přechody hranic (turismo fronterizo)

Zdroj: Consejo Centroamericano de Turismo - Boletín de Estadística Turística de Centroamérica 2011; Secretaría de Turismo. Turismo en México 2011. México: SECTUR 2012.

Z tabulky je patrná vysoká závislost Belize či Hondurasu na jednodenních návštěvnících, kteří jsou z hlediska rozvoje cestovního ruchu poněkud problematičtí. Jejich průměrná útrata je totiž velmi nízká, ale jejich nároky na infrastrukturu jsou obdobné jako u vícedenních návštěvníků. Z tohoto pohledu je situace nejpříznivější v Kostarice a Nikaragui, kde jednodenní návštěvníci tvoří jen malou část všech turistů.

**Tabulka č. 5.8 - Podíl vybraných regionů na objemu zahraničních příjezdů v roce 2011\***

Země	Podíl návštěvníků ze Stř. Ameriky (%)	Podíl návštěvníků ze Sev. Ameriky (%)	Podíl návštěvníků z Evropy (%)
Belize	10,8	72,8	12,0
Guatemala	51,0	33,2	9,5
Honduras	47	36,3	10,8
Kostarika	30,5	47,7	13,3
Mexiko**	1	85	7
Nikaragua	65,1	23,9	7
Panama	8,5	29,3	10,1
Salvador	62	31,1	2,9

\* podíl návštěvníků se počítá jen z těch, kteří se ubytovali, jednodenní návštěvníci nejsou zahrnuti, jen v případě Guatemaly se počítá se všemi návštěvníky; v případě Panamy se počítá jen s návštěvníky, kteří přiletěli do země letecky (v roce 2011 cca 1,3 mil.)

\*\* údaje z roku 2008

Zdroj: Consejo Centroamericano de Turismo - Boletín de Estadística Turística de Centroamérica 2011; Secretaría de Turismo. Turismo en México 2008. México: SECTUR 2008.

Předcházející tabulka dobře ilustruje specifika cestovního ruchu ve Střední Americe. Nacházíme zde vysoký podíl vnitroregionálního cestovního ruchu a rovněž poměrně vysokou závislost na turismu ze Severní Ameriky (zejména USA). Návštěvníci z Evropy tvoří jen

malou část všech návštěvníků (srovnejme se situací v Jižní Americe). Zajímavým případem je Panama, kam přijíždí nejvíce turistů ze zemí Jižní Ameriky, totiž téměř polovina všech turistů, kteří do země přijeli letecky, pochází z Jižní Ameriky.

**Tabulka č. 5.9 - Struktura turistů z hlediska důvodů pro cestu (2011)**

Země	Rekreace (%)	Rodina/přátelé (%)	Obchodně a pracovní (%)	Kongresy (%)	Jiné (%)
Belize	78,2	16,8	4,4	0,6	0
Guatemala*	41	24	19	3	13
Honduras	33,9	29,6	34,3	-	2,2
Kostarika	76,3	6,9	13	0,8	8,6
Nikaragua	50,1	30,2	9,1	1	9,6
Panama	54	4,2	32,7	6	3,1
Salvador	46,8	31,2	13,4	-	8,6

\* údaje z roku 2008

Pozn.: údaje pro Mexiko nebyly dostupné

Zdroj: Consejo Centroamericano de Turismo - Boletín de Estadística Turística de Centroamérica 2011

Předcházející tabulka je také velmi zajímavá. Ukazuje, jak se liší jednotlivé země v charakteru cestovního ruchu. Například v Nikaragui, Hondurasu a Salvadoru hraje velmi významnou roli remitenční turismus (návštěva příbuzných), naopak v Kostarice a Belize zcela převažuje rekreační turismus. Pro Panamu jsou zase velmi důležití návštěvníci přijíždějící do země z pracovních důvodů.

Výletní lodě jsou zcela zásadním fenoménem cestovního ruchu v Karibiku, nicméně i v Mexiku a některých zemích Střední Ameriky hrají relativně významnou roli jak co do počtu celkových příjezdů, tak z hlediska jejich podílu na příjmech z cestovního ruchu. Jen do Mexika samotného přijelo v roce 2008 na výletních lodích téměř 7 miliónů lidí, v roce 2011 to bylo 5,3 mil. Turistický trh v Belize je na výletních lodích dokonce závislý, jelikož počet pasažérů lodí výrazně převyšuje počet ostatních turistů. Pro ostatní země Střední Ameriky je to v současnosti velmi proměnlivý trh, jehož využití ze strany provozovatelů lodí je značně omezeno dostupností kvalitní přístavní infrastruktury a přímořských letovisek. V některých zemích počet přijíždějících lodí každoročně roste - například v roce 2001 přijelo do Panamy na výletních lodích 78 tisíc lidí, v roce 2011 to bylo už 429 tisíc. V jiných zemích ovšem tento segment trhu stagnuje nebo dokonce zažívá propad. Následující tabulka ukazuje vývoj v této sféře cestovního ruchu v letech 2006-2011.

**Tabulka č. 5.10 - Vývoj počtu pasažérů výletních lodí v letech 2009, 2009 a 2011**

	BZ	CR	ES	GU	HO	NI	PA
2006	656	346	1	35	205	5	272
2009	705	387	0	81	430	56	311
2011	728	334	2	75	787	39	429
index změny 2011/2006	1,11	0,97	2	2,14	3,84	7,8	1,58

Zdroj: Consejo Centroamericano de Turismo - Boletín de Estadística Turística de Centroamérica 2011



### 5.3. Cestovní ruch ve vybraných zemích Střední Ameriky

Výše byly uvedeny obecné charakteristiky a trendy cestovního ruchu ve Střední Americe a vybraná specifika byla ilustrována na řadě konkrétních příkladů z jednotlivých zemí. Vzhledem k počtu a pestrosti zemí Střední Ameriky a omezenému rozsahu této publikace není možné podrobně popsat cestovní ruch ve všech zemích Střední Ameriky. Proto v další kapitole bude alespoň stručně charakterizován cestovní ruch ve dvou nejdůležitějších středoamerických destinacích – Mexiku a Kostarice, které slouží jako vzor rozvoje cestovního ruchu v dalších zemích oblasti.

#### 5.3.1. Mexiko

Mexiko je v kontextu cestovního ruchu v Latinské Americe skutečným obrem. Jen do této země každoročně přijíždí přibližně stejný počet turistů jako do celé Jižní Ameriky. Mexiko se neztrácí ani v mezinárodním srovnání, kde si udržuje přibližně 10. místo. Za toto své zvláštní postavení vděčí Mexiko nejen své blízkosti k USA, ale také svým výjimečným lokalizačním předpokladům, politické stabilitě a dlouhodobé koordinované pozornosti věnované oblasti cestovního ruchu ze strany federální vlády a vlád členských států.

Prvním předchůdcem současného ministerstva turismu (SECTUR - *Secretaría de Turismo*), které jako samostatné ministerstvo vzniklo v roce 1977, byla Smíšená komise pro rozvoj turismu (*Comisión Mixta Pro-Turismo*) vytvořená v roce 1928. Ta byla postupně nahrazována dalšími komisemi spadajícími pod různá ministerstva. Turistický ruch byl tehdy v Mexiku v plenkách. V roce 1939 navštívilo Mexiko ročně přibližně 130 tisíc zahraničních turistů, kteří směřovali především do historických měst jako Guanajuato, Puebla, Taxco, Oaxaca či Morelia a v menší míře rovněž do rodičích se letovisek typu Acapulka či Mazatlán. Díky činnosti komisí se však do roku 1951 počet turistů zvýšil na téměř 400 tisíc (Bryan 1956: 130-131).

Od 50. let 20. st. je turismus koordinovaně rozvíjen se zvláštním zaměřením na rozvoj plážových lokalit. Lví podíl na tomto koncentrovaném rozvoji má Národní fond pro podporu turismu (FONATUR - *Fondo Nacional de Fomento al Turismo*), jehož předchůdce vznikl už v roce 1956. Fond se zaměřuje na rozvoj strategických lokalit, tzv. integrálně plánovaných center (CIP - *centros integralmente planeados*). Prvním tímto centrem byl Cancún a následovalo šest dalších (Například Huatulco, Ixtapa nebo Los Cabos). Tato centra jsou nepochybně příkladem úspěšné strategie rozvoje cestovního ruchu. Z celkově 7 miliónů turistů, kteří zavítali v roce 2008 na mexické pláže, celých 5 miliónů využilo nabídek CIP.

Právě Cancún a přilehlá Mayská riviéra (*Rivera Maya*) hrají v turistickém ruchu Mexika a celé oblasti velmi významnou roli. Cancún samotný je třetí nejnavštěvovanější karibskou destinací (po Dominikánské republice a Kubě). Tento resort byl vybudován federální vládou na zelené louce jako jedno z ohnisek rozvoje masového turismu. Stavba začala v roce 1970 a rozvoj resortu stále pokračuje. Z původní malé rybářské vesnice se 100 obyvateli je dnes město, v kterém trvale žije více jak 700 000 lidí. Každoročně přiláká více jak dva milióny návštěvníků. Pro svou vynikající infrastrukturu a atraktivní umístění je také místem konání významných celosvětových kongresů a setkání. Například v roce 2010 se zde konalo Světové klimatické fórum. Resorty typu Cancúnu dlouho čelily kritice pro jejich negativní dopad na životní prostředí a rovněž na sociální spravedlnost v důsledku nerovné redistribuce zisků. Novější studie ovšem ukazují (viz například Mowforth - Charlton - Munt 2008: 125-130), že prostorově rozptýlený rozvoj exkluzivních turistických resortů podél karibského pobřeží Mexika (*Riviera Maya*) začíná mít závažný dopad na místní ekosystémy a způsobuje celou řadu sociálních konfliktů ohledně přístupu k plážím, pitné vodě, zemědělsky využitelné půdě a dalším zdrojům pro místní obyvatele.

Turistická infrastruktura je obecně v Mexiku na vysoké úrovni a je dostatečně diversifikovaná, aby splnila možnosti a očekávání širokého spektra turistů. Mexiko disponuje hustou sítí kvalitní veřejné dopravy různého druhu, obrovským počtem hotelů a doprovodnou stravovací a komerční sférou. Ubytovací kapacity jsou dostatečné a jsou relativně rovnoměrně rozloženy po celé zemi. Vytíženost ubytovacích kapacit se však výrazně liší. Podle statistiky ministerstva turismu byla průměrná vytíženost v roce 2008 přibližně 51,8 %, přičemž ve státech Tlaxcala to bylo 33 % a Hidalgo dokonce jen 26 %, zatímco naopak nejvyšší vytíženost byla ve státech Quintana Roo (69 %) a Chihuahua (58 %).

Turistický průmysl zaměstnává více jak 2 milióny lidí, jeho podíl na celkové zaměstnanosti je přibližně 6 % a jeho podíl na HDP země přesahuje 8 %. Mexické ministerstvo turismu odhadlo celkový finanční přínos turismu v roce 2011 na cca 12 miliard US\$. S vědomím významu turismu pro mexickou ekonomiku vyhlásil mexický prezident Felipe Calderón rok 2011 rokem turismu, na jehož počátku byla také podepsána Národní dohoda pro turismus (*Acuerdo Nacional por el Turismo*), jejíž signatáři byly federální a státní orgány a soukromé asociace podnikatelů v cestovním ruchu. Úspěšnost mexického turistického průmyslu má však rovněž své stinné stránky. Jsou to zejména přetrvávající chudoba ve městech i na venkově, časté konflikty ohledně držby půdy v souvislosti s jejím případným využitím pro turistické účely a rovněž nedostatečně koordinovaný, povětšinou živelný až chaotický rozvoj turistické infrastruktury na municipální úrovni, což vede k mnoha duplicitám a značnému plýtvání soukromými i veřejnými prostředky.

Z letního pohledu na Tabulka č. 5.8 by se mohlo zdát, že mexický cestovní ruch je téměř zcela závislý na jediné zemi, totiž USA. Ve skutečnosti ale z oněch cca 23 mil. turistů, kteří do Mexika přijeli v roce 2008, je přibližně 13 mil. těch, kteří přiletěli letadlem do mexického vnitrozemí (*turismo al interior*) a přibližně 10 mil. těch, kteří zůstali v pohraničí (*turismo fronterizo*). Z „vnitrozemských“ turistů pochází přibližně jedna polovina z USA. Protože právě „vnitrozemští“ turisté, pro něž SECTUR používá termín *turistas de internación*, vykazují největší průměrnou útratu na cestu (v roce 2011 to bylo 714 US\$ ve srovnání s 55 US\$ příhraničních turistů či dokonce jen 30 US\$ jednodenních příhraničních návštěvníků), skutečná finanční závislost Mexika na turistech z USA je výrazně nižší. Lze ji kvalifikovaně odhadnout na cca 55 %. To je samozřejmě pořád hodně, ale zároveň podstatně méně, než by se z pouhého počtu příjezdů mohlo zdát (SECTUR 2011).

Mexiko je federativní zemí. Organizace turistického ruchu tuto federativní strukturu respektuje. Existují celonárodní asociace a konfederace poskytovatelů služeb v cestovním ruchu a kontakty na některé z nich jsme uvedli v Tabulka č. 5.3. Kromě federálních institucí a celonárodních organizací však v Mexiku nalezneme také analogické struktury a instituce na úrovni jednotlivých členských států, které podobně jako SECTUR, FONATUR či Národní podnikatelská turistická rada koordinují a financují projekty rozvoje cestovního ruchu na území daného státu. Bylo by daleko nad rámec této opory pokusit se charakterizovat tuto úroveň organizace cestovního ruchu. Hráčů v cestovním ruchu je na mexické scéně mnohem více, než o kolika je zde pojednáno, a lokálně či regionálně mohou hrát daleko významnější roli než federální instituce.

Na počátku roku 1994 vypuklo v nejjižnějším mexickém státě Chiapas povstání Zapatistické armády národního osvobození (EZLN). Mexiko si do té doby drželo pověst politicky velmi stabilní země. Byť krátkodobě povstání způsobilo mírný pokles v intenzitě cestovního ruchu zejména na jihu země, dlouhodobě se ukázalo být pro turistický ruch v jistém smyslu požehnaním. Zapatisté dokázali přilákat do Chiapasu a dalších míst Mexika zástupy sympatizantů z celého světa. Zároveň se zapatistické ikonografie ihned chytl trh se suvenýry, který zaznamenal rychlý růst nejen v Chiapasu ale v celém Mexiku. Dnes už vlna zájmu o chiapaské povstalce sice upadla, zato se ale stali trvalou součástí chiapaské krajiny a

mexické i zahraniční cestovní kanceláře běžně pořádají jako součást zájezdu po jižním Mexiku i návštěvy zapatistických autonomních vesnic a setkání se „skutečnými“ zapatisty.

### 5.3.2. Kostarika

Zatímco Mexiko je obrem v kontextu Latinské Ameriky, Kostarika jím donedávna byla v kontextu Střední Ameriky. Dnes ji dohánějí další země, mezi nimi zejména Panama a Guatemala, a i když si stále drží prvenství co do počtu příjezdů, její náskok se každým rokem zmenšuje. Přesto zůstává Kostarika pro mnoho turistů zárukou vysoké kvality, která zatím nemá ve Střední Americe sobě rovného. Za touto pověstí stojí desetiletí systematického úsilí ze strany vlády cílené nejen na rozvoj turistické infrastruktury ale obecně na všestranný rozvoj kostarické společnosti. V tomto směru představuje Kostarika již dlouhou dobu vzor pro ostatní latinsko-americké země, vzor dosud jinde nenaplněný.

Dnešní Kostarický turistický institut (*Instituto Costarricense de Turismo*), vládní instituce, do jejíž kompetence spadá organizace a rozvoj turistického ruchu v zemi, vznikl v roce 1955 na základech Národní turistické rady (*Junta Nacional de Turismo*) vytvořené už v roce 1931. Turismus je tedy v Kostarice jednou z prioritních oblastí již dlouhou dobu. Podmínkou jeho úspěchu však byly až vybrané selektivní faktory, zejména pak politická stabilizace a demokratizace společnosti spojená se zrušením armády a zavedením sociálních, zdravotnických a vzdělávacích reforem po krvavé občanské válce v roce 1948. Tato opatření vytvořila z Kostariky nejen příjemné místo k trávení volného času, ale rovněž příjemné místo k životu.

Kostarika byla jedním z průkopníků ekoturismu, který představuje hlavní formu cestovního ruchu vedle plážového turismu a kulturně-historického turismu. Těží z obrovské přírodní rozmanitosti místního ekosystému, který přes svou malou rozlohu představuje 4-5 % veškeré světové biodiverzity. Přibližně 25 % území země je chráněno formou národních parků a rezervací. Řada zahraničních vědecko-výzkumných institucí má v Kostarice umístěna stálá výzkumná centra, která rovněž slouží jako letní školy pro studenty z celého světa. V tomto smyslu lze hovořit o vědeckém turismu, který je spíše přírodovědného zaměření na rozdíl od Mexika s jeho převahou archeologických a antropologických výzkumů. Kvalita udržitelnosti je hlídána certifikačním programem, jenž svými přísnými podmínkami umožňuje získat certifikaci jen malému počtu hotelů a cestovních kanceláří z jejich celkového počtu v zemi.

Kostarický turistický institut staví svou marketingovou kampaň na heslu „Costa Rica - No Artificial Ingredients!“, tedy „Kostarika - bez umělých přísad!“ Někteří autoři s ironií poznamenávají, že v Kostarice je dnes všechno „eko“ - ekopláže, ekopůjčovny aut, ekobenzín či ekohudba, i když nenabízí nic jiného než běžné pláže či půjčovny. Ekoturismus je pro mnoho lidí definován svou destinací („příroda“), nikoliv způsobem své realizace. To, že se jedu podívat na vřešt'any či quetzaly, však ještě neznamená, že se chovám environmentálně šetrně. Právě časté ignorování dopadů ekoturismu na životní prostředí a lokální komunity vedlo řadu autorů k preferování pojmu udržitelný turismus, který odvádí pozornost od destinace a klade větší důraz na posouzení celkových dopadů turismu na ekosystémy a společnosti (pro diskuzi viz například Mowforth - Charlton - Munt 2008: 101-136). Podrobnosti o certifikačních procedurách pro udržitelný turismus v Kostarice můžete nalézt na stránce <http://www.turismo-sostenible.co.cr/>.

Kostarika každoročně přiláká více jak dva milióny návštěvníků z celého světa. Dvě třetiny z nich přijíždějí za rekreací a jen jedna desetina za rodinou a přáteli (srovnejme například s Hondurasem či El Salvadorem). To vypovídá o vysoké kvalitě infrastruktury i atraktivitě destinací. Stejně jako Mexiko i Kostarika významně závisí na turismu z USA a Kanady, který představuje téměř polovinu všech zahraničních příjezdů, ale téměř čtvrtinu všech turistů přijíždí ze sousední Nikaraguy. Od roku 1998 se počet turistů zdvojnásobil, ale

v posledních letech zaznamenala země jen mírný nárůst, což znamená, že se Kostarika zřejmě dostává do Butlerovy fáze stagnace (viz Butler 1980).

Infrastruktura je v Kostarice na vynikající úrovni, ale trpí prostorově velmi nerovnoměrnou koncentrací. Většina hotelů se soustředí jen ve třech z celkem sedmi kostarických provincií, a to v provincii San Juan (hlavní město, koloniální architektura), Puntarenas (pláže) a Guanacaste (pláže, ekoturismus). Naopak v převážně zemědělských provinciích Limón a Cartago turistická infrastruktura téměř chybí. U cestovních kanceláří je územní koncentrace ještě markantnější, neboť více jak 70 % z nich sídlí v hlavním městě. Takto jednostranně zaměřená infrastruktura je ovšem charakteristická pro všechny středoamerické země, a proto nepředstavuje pro Kostariku nějaký handicap ve srovnání s jejími sousedy, kteří Kostarice konkurují ve všech oblastech její tradiční specializace. Ve prospěch Kostariky rovněž hraje dlouhodobá politická stabilita této země, bezpečnost a dobré jméno, jež ji na řadu let ještě zajistí relativně stálý počet turistů, aniž by musela výrazně měnit svou strategii rozvoje cestovního ruchu.

#### **5.4. Shrnutí**

Střední Amerika je heterogenní region, který je vhodné dále členit na Mexiko a Střední Ameriku v užším pojetí. Mexiko je turistickým obrem, jenž nabízí více destinací a láká více turistů než země Střední Ameriky dohromady. Hlavními lokalizačními předpoklady všech zemí jsou pláže, hory, sopky, zachovalé pralesní a pouštní ekosystémy, kulturní diverzita, archeologické a kulturně-historické památky. Hlavními selektivními předpoklady jsou politická stabilita a ekonomická prosperita, přičemž zejména politická stabilita se ukázala být klíčovým předpokladem rozvoje turismu v regionu. Realizační předpoklady v podobě turistické infrastruktury jsou v regionu na dobré úrovni, ale hustota a prostorová distribuce infrastruktury jsou značně variabilní mezi zeměmi i uvnitř jednotlivých zemí. Pro všechny země regionu představuje cestovní ruch významný zdroj zahraniční měny a příspěvek k zaměstnanosti, všechny též významně závisí na turismu z USA jako hlavní zdrojové zemi. Lídry turistického ruchu v regionu jsou Mexiko a Kostarika, nově rozvíjejícím se trhem je zejména Nikaragua.

## Kapitola 6 Jižní Amerika

### 6.1. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v Jižní Americe

Jestliže je velmi obtížné podrobně pojednat v rámci jediné kapitoly o Mexiku a Střední Americe, v případě Jižní Ameriky je to přímo nemožné. Jedná se o prostor více jak 17-ti miliónů km<sup>2</sup> sahající od 12. rovnoběžky na severní polokouli až po 56. rovnoběžku na polokouli jižní a zahrnující téměř všechny podnební pásy a ekosystémy přítomné na naší planetě. V tomto prostoru žije více jak 380 miliónů lidí ve 12 nezávislých státech a jednom zámořském území Francie. Byť velká část kontinentu sdílí řadu kulturně-historických zkušeností, demografická a environmentální rozmanitost je tak obrovská, že jsme se rozhodli pojmut kapitulu jako soubor případových studií a příkladů zasazených do obecného kontextu.

#### 6.1.1. Lokalizační předpoklady

Pokud bychom měli vybrat nejdůležitější lokalizační faktory utvářející charakter Jižní Ameriky, byly by to určitě oceány, hřeben And, amazonská pánev, povodí řek Orinoko a Paraná a argentinská pampa. V kombinaci s klimatickými specifiky vytváří tyto faktory charakteristická prostředí, v nichž se utvářely jedinečné kulturně-historické adaptace, které dnes tvoří vedle přírodních atraktivit hlavní lokalizační potenciál Jižní Ameriky.

Klima Jižní Ameriky je velmi rozmanité. Rovníkový pás vykazuje teplotní a srážkové charakteristiky běžné pro území v tropickém pásu, tzn. celoročně jsou relativně stabilní teplota i srážky. Výjimkou je sušší brazilský severovýchod, tzv. *sertão*. Specifikem jihoamerických tropů je vysoká hustota osídlení v Andách, od Kolumbie na severu až po bolivijské Altiplano. Blízkost k rovníku vytváří relativně příjemné podnebí i ve vysokých nadmořských výškách, velké rozdíly teplot v průběhu dne i roku jsou ovšem běžné a návštěvníci těchto oblastí se musí připravit také na noční mrazy. Hory na jih od Altiplana jsou v důsledku extrémnějších teplot osídleny jen řídce nebo vůbec ne. Andy působí jako srážkový stín a východní svahy od Patagonie na jihu přes paraguajské Chaco až po bolivijské Altiplano jsou spíše aridní. Srážky přicházející z Atlantického oceánu působí blahodárně až od středovýchodní Argentiny a dále na sever. Naopak na pacifickém pobřeží přináší chladné antarktické proudy relativně málo vláhy a intenzivnější srážky na tomto pobřeží nalezneme, kromě středního Chile, až v Kolumbii. Poušť Atacama v severním Chile a jižním Peru patří mezi nejsušší místa na planetě. V jižní části kontinentu padá velká část srážek ve formě sněhu a jejich akumulace vede k tvorbě rozsáhlých ledovců každoročně lákajících rostoucí počet turistů do chilských a argentinských národních parků. Naopak, v důsledku globálního oteplování postupně mizí horské ledovce ve středních Andách a s nimi i lyžařské resorty, které se začaly rozvíjet teprve nedávno. Horské vrcholy včetně nejvyšší hory kontinentu Aconcaguy (6959 m.n.m.) však nadále slouží jako významný atraktor turismu podél celého andského hřebene.

Délka pobřeží Jižní Ameriky se podle různých odhadů pohybuje kolem 140 000 km. Ve skutečnosti je však jen malá část této délky nejen skutečně využívaná v cestovním ruchu, ale vůbec pro turismus využitelná. Velkou roli ve využitelnosti pobřeží k rekreačním účelům hraje klima, charakter pobřeží a typ pobřežní vegetace. Na jih od provincie Buenos Aires na východním pobřeží a na jih od regionu Santiago de Chile na pobřeží západním hojně navštěvované pláže nenalezneme, protože teplota vody v oceánu zůstává pro koupání po naprostou většinu roku či trvale příliš nízká. Rovněž velká část atlantického, resp. karibského pobřeží Brazílie, Guyan, Venezuely i Kolumbie postrádá kvalitní či jakékoliv pláže v důsledku vlivu delt řek a mangrovových porostů. Pobřeží Tichého oceánu je zase na mnoha

místech velmi skalnaté a bouřlivé. Byť tedy pobřeží představuje v Jižní Americe jeden z klíčových lokalizačních předpokladů a na něj navázaný plážový turismus jednu z hlavních forem turismu, systematicky využívány jsou jen některé lokality.

K Jižní Americe patří některé tichomořské ostrovy, které hrají v cestovním ruchu významnou roli. Jedním z těchto souostroví, jsou Galapágy, které patří Ekvádoru. Každoročně je navštíví přibližně 150 tisíc turistů, tzn. 15 % všech turistů, kteří přijíždějí do Ekvádoru. Pro ekvádorské ministerstvo turismu jsou ostrovy jednou z priorit rozvoje turismu a ministerstvo jim věnuje velkou pozornost. Tato pozornost ovšem v posledních letech nespočívá v podpoře rozvoje turismu, nýbrž ve snaze počet přijíždějících turistů omezit a ve spolupráci s dalšími veřejnými a soukromými institucemi, organizacemi a firmami nalézt udržitelný model cestovního ruchu. Počet turistů se totiž od roku 1980 více jak zdesetinásobil a souběžně s nově se vytvářejícími příležitostmi podnikání a zaměstnání v cestovním ruchu a dalších odvětvích (například rybnářství) se počet obyvatel zvýšil z přibližně jednoho tisíce v roce 1959 na dnešních zhruba 40 tisíc. V důsledku introdukce domácích zvířat (zejména koz) a šíření řady dalších rostlinných a živočišných druhů (například potkanů) a v důsledku rostoucích nároků místních obyvatel a turistů jsou v současnosti Galapágy v nebezpečí, že se stanou obětí vlastního úspěchu (Boniface - Cooper 2009b: 45-53).

Velkou část amazonské pánve rozprostírající se kolem rovníku pokrývá největší souvislý deštný prales na naší planetě. Jeho ekologický význam vytváří předpoklady pro rozvoj ekoturismu, který je ovšem v příkrém rozporu s rostoucím využitím Amazonie v národních hospodářstvích jako surovinové základny pro těžbu dřeva, nerostných surovin či ropy a rovněž pro zemědělství. Na existenci pralesa také závisí životní způsob domorodých obyvatel, kteří se ale zatím na rozvoji cestovního ruchu podílejí jen marginálně. Řeka Orinoko je dalším krajinným prvkem, jehož dopad je sice omezen zejména na Venezuelu, zato v kontextu země je to zcela zásadní prvek. Orinoko pramení v Guyanské vysočině, oblasti stolových hor na pomezí Brazílie, Venezuely a Guyany, v níž kromě vysoké druhové rozmanitosti dané izolací vrcholů stolových hor (tzv. *tepuis*) nalezneme také řadu vodopádů. Mezi nimi je i nejvyšší vodopád světa Salto Angel překonávající kilometrový výškový rozdíl. Řeka Paraná se svými přítoky tvoří rovněž rozsáhlé povodí, jež je na jedné straně faktorem rizikovým v důsledku rozsáhlých povodní v částech Paraguaye a Argentiny, ale která je zároveň významným hydroenergetickým potenciálem a lokalizačním faktorem cestovního ruchu. Vodopády Iguazú na této řece patří v Paraguayi, Argentině i Brazílii k nejdůležitějším destinacím.

Právě tropický deštný prales hraje velkou roli v rozvoji cestovního ruchu ve všech zemích, v nichž se nachází. Například v současnosti je přibližně 17 % území Ekvádoru chráněno pomocí národních parků a rezervací (v Peru je to cca 7 %, v Kolumbii 8 %). Ekoturismus se stává pro Ekvádor prioritní oblastí rozvoje. V roce 2007 ministerstvo turismu začalo prostřednictvím rozvojové Ekvádorské turistické korporace (*Corporación Ecuatoriana de Turismo*) implementovat Plán rozvoje udržitelného cestovního ruchu ve všech čtyřech regionech země, tzn. v Andách, v Amazonii, na tichomořském pobřeží a na Galapágách. Největšího rozmachu dožal ekoturismus v ekvádorské Amazonii. O ekoturisty zde soutěží velké národní a mezinárodní turistické společnosti na straně jedné a komunitní ekoturistické projekty místních domorodých obyvatel. Zatímco velké společnosti nabízejí luxusnější ubytování a pohodlnější servis, domorodé komunity konkurují nabídkou sice skromnějších, ale environmentálně šetrnějších služeb obohacených o „autentickou“ zkušenost sdílení života s místními lidmi.

Stejně jako je Jižní Amerika rozmanitá ekologicky, je rozmanitá i kulturně. Demografické složení obyvatelstva odráží komplikovanou historii trans-atlantické kolonizace, obchodu s africkými otroky a celosvětové migrace. Přibližně polovina obyvatel Jižní Ameriky hovoří portugalsky a druhá polovina španělsky. Aktivně se ovšem užívají i domorodé jazyky,

kteří místně představují často hlavní dorozumívací jazyky na poměrně velkých územích (střední Andy, Paraguay, části Amazonie). Právě domorodí obyvatelé představují místně významný lokalizační faktor cestovního ruchu. Příkladem může být oblast jezera Titicaca na pomezí Bolívie a Peru. Převážnou většinu obyvatel bolivijského pobřeží tohoto nejvýše položeného splavného jezera a jezerních ostrovů tvoří aymarští indiáni, pro něž je turismus jedním z hlavních zdrojů příjmů a kteří jsou rovněž jedním z hlavních důvodů, proč sem turisté vůbec přijíždějí. Ostrovy Slunce a Měsíce nabízejí jak zříceniny inckých chrámů, tak zachovalé aymarské vesnice. Tato oblast je z hlediska bolivijského cestovního ruchu zcela klíčová a řada turistů přijíždějících z Peru už dále do vnitrozemí Bolívie nepokračuje, ke značné škodě bolivijské ekonomiky. Infrastruktura turistického ruchu v oblasti je však především výsledkem aktivní snahy místních obyvatel a pomoci mezinárodních rozvojových organizací

Z hlediska charakteru demografického „mixu“ můžeme rozlišit čtyři základní oblasti: indo-hispánské centrální Andy (Ekvádor, Peru, Bolívie, přilehlé části Argentiny, Kolumbie a Chile), luso- a hispano-africkou Brazílii, Kolumbii a Venezuelu s izolovanými domorodými skupinami, převážně jihoevropskou Argentinu a Uruguay a indicko-africkou Guyanu a Surinam. Paraguay je specifickým případem jazykově indianizované hispánské populace a obyvatelé Chile jsou převážně evropského původu s významnou příměsí indo-africké populace.

Kulturní rozmanitost Jižní Ameriky se aktivně využívá v propagaci a rozvoji turistického ruchu (suvenýry, fiesty, karnevaly, hudba, tance apod.) a kulturní turismus hraje v některých zemích velmi významnou roli (Cuzco, Oruro, Rio de Janeiro apod.). Z hlediska kulturně-historických památek můžeme hovořit o třech základních typech - předkolumbovské, koloniální a moderní. Předkolumbovské památky se v krajině ve větším množství dochovaly hlavně v Peru, které je v jihoamerickém kontextu analogií Mexika (o Peru viz níže). Koloniální architektury je v regionu podstatně více, ale i tak se její celkový počet nemůže rovnat Mexiku. Známé svým koloniálním půvabem jsou například Mérida (Venezuela), Cartagena de Indias (Kolumbie), Quito (Ekvádor), Lima a Cuzco (Peru), La Paz, Potosí či Sucre (Bolívie) a Córdoba (Argentina). Většina jihoamerickým měst, i když vznikla na koloniálních základech, dnes ovšem má moderní tvář. Přesto či právě proto řada z nich láká turisty z celého světa. Mezi nimi vyčnívají Rio de Janeiro a São Paulo v Brazílii, Santiago v Chile, Buenos Aires v Argentině a Montevideo v Uruguayi.

Přístupy k rozvoji cestovního ruchu v jednotlivých zemích Jižní Ameriky jsou rozmanité a oscilují mezi nezájmem a koordinovanou státní politikou. Příkladem spíše nezájmu je Kolumbie, kde je rozvoj cestovního ruchu především výsledkem aktivní snahy místních podnikatelů a občanských sdružení. Například karibské přístavní město Cartagena de Indias, jedna z hlavních turistických destinací Kolumbie, každoročně láká několik set tisíc zahraničních turistů a pasažérů výletních lodí. Historické jádro města obklopené hradbami spolu s pevností San Felipe de Barajas bylo v roce 1982 zařazeno na seznam světového kulturního dědictví UNESCO. Ačkoliv je Cartagena významným přístavem s téměř osmi sty tisíci obyvateli, historické centrum bylo zachováno a v posledních letech prošlo celkovou renovací. V Kolumbii spadá cestovní ruch do kompetence ministerstva obchodu, průmyslu a turismu (*Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*), které prostřednictvím promoční agentury Proexport Colombia propaguje cestovní ruch. Jeho podpora konkrétním projektům však vázne na nedostatku financí, jež již řadu desetiletí odčerpávají vlekoucí se občanská válka a rovněž boj s drogovými kartely. Záchrana staré Cartageny tedy není výsledkem vládní pomoci a dokonce ani radnice města až do nedávné doby renovaci centra cíleně nepodporovala. Za úspěšnou obnovou historického jádra Cartageny stojí především občanské a podnikatelské iniciativy. V roce 2001 vzniklo sdružení *Corporación Turismo Cartagena de*

*Indias* (<http://www.turismocartagenadeindias.com/>), které v současnosti koordinuje a financuje údržbu pevnosti a hradeb.

Zvláštním příkladem poznávacího turismu motivovaného kulturně-historickými památkami je Velikonoční ostrov. Tento ostrov nacházející se přibližně 3500 km od pobřeží Chile ani kulturně ani historicky k prostoru Latinské Ameriky nepatřil. V roce 1888 jej však anektovalo Chile a od té doby je ostrov jeho součástí. Na ostrově žije přibližně 5000 obyvatel, z nich je 60 % polynéského původu a zbytek převážně z Chile. *Moai*, obrovské kamenné sochy, a *ahu*, kamenné plošin, spolu s dalšími pozůstatky polynéské kultury, která kvetla v první polovině druhé tisíciletí našeho letopočtu, patří mezi největší atrakce chilského turistického ruchu. Podle statistik chilské Národní turistické služby (*Servicio Nacional de Turismo*) navštíví ostrov každoročně více jak 40 tisíc turistů, což je vzhledem k odlehlosti ostrova a absenci alternativních pracovních příležitostí pro místní obyvatele skutečně úctyhodné číslo.

### 6.1.2. Selektivní předpoklady

V kapitole věnované Střední Americe bylo uvedeno, jak důležitou roli sehrála politická stabilita v rozvoji cestovního ruchu. Zatímco v Mexiku a Kostarice turismus po 2. světové válce kvetl, jinde ve Střední Americe se začal skutečně rozvíjet až v posledních patnácti letech. Oázy klidu jako Mexiko či Kostariku však v Jižní Americe nenalezneme. Moderní historie zemí Jižní Ameriky je poznamenána častými vojenskými puči, pravicovými diktaturami a činnostmi převážně levicových povstaleckých skupin. Tyto procesy ve stejné míře poznamenaly jak chudé, tak i bohaté země a nevyhnuly se ani nejrozvinutějším zemím regionu, Uruguayi, Argentině a Chile. Politická nestabilita, časté případy porušování lidských práv a obavy o osobní bezpečnost způsobily zpomalení rozvoje cestovního ruchu proti stabilnějším regionům světa. Náskok, který tyto regiony získaly, dnes Jižní Amerika dohání jen pozvolna.

Tabulka č. 6.1 - Základní indikátory zemí regionu (2009)

Země	Rozloha (v tisíc km <sup>2</sup> )	Počet obyvatel v tisíc	Hustota zalidnění (obyv./km <sup>2</sup> )	Měna	HDP (v mil. US\$)	HDI (pořadí)
Argentina	2777	40341	14,5	arg. peso	308 739,7	49
Bolívie	1099	9863	9	boliviano	17 340	113
Brazílie	8457	193785	22,9	real	1 574 033,8	75
Ekvádor	272	13627	50,1	USD	52 021,9	80
Fr. Guyana	91	222	2,4	Euro	-	-
Guyana	215	762	3,5	guy. dolar	2 025,6	114
Chile	757	16970	22,4	chil. peso	163 305	44
Kolumbie	1142	45660	40	kol. peso	232 270,9	77
Paraguay	407	6349	15,6	guaraní	14 239,6	101
Peru	1285	29163	22,7	sol	130 354,7	78
Surinam	163	520	3,2	sur. gulden	2 178,7	97
Uruguay	178	3361	18,9	urug. peso	31 510,9	50
Venezuela	906	28584	31,5	bolivar	325 399,4	58

Zdroj: Comisión Económica para la América Latina y el Caribe - Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe 2010



Vedle politické situace je dalším důležitým selektivním faktorem situace ekonomická. Určitá odvětví národního hospodářství mohou vytvářet předpoklady pro cestovní ruch. Je to například zemědělství, řemeslná výroba, industriální turismus či umění. Opera v Manausu je celosvětově známý pojem, stejně jako kulturní život v Buenos Aires („Paříži Jižní Ameriky“), chilské a argentinské vinice, kolumbijské kávové plantáže, řemeslné výrobky středních And, opuštěné doly a železnice v bolivijském Altiplanu či argentinské a venezuelské ranče. Všechny tyto hospodářské aktivity primárně nesměřují či nesměřovaly k podpoře cestovního ruchu, ale svou atraktivitou dnes k jeho rozvoji významně přispívají.

Příkladem využití hospodářských aktivit v marketingu a rozvoji cestovního ruchu je Paraguay. V této zemi má na vládní úrovni cestovní ruch v kompetenci ministerstvo turismu (*Secretaría Nacional de Turismo*). Turismus v této zemi se rozvíjí jen velice zvolna a na příjezdech do Jižní Ameriky se podílí jen 2 %. Do země každoročně přijíždí jen přibližně 440 tisíc turistů, přičemž tento počet v posledních letech spíše stagnuje. Celých 85 % turistů přijíždí ze sousedních zemí. Prostorový dopad turismu je rovněž nevyvážený. Hlavní atrakcí jsou vodopády Iguazú na hranicích s Brazílií a Argentinou. Zbytek Paraguaye je s výjimkou hlavního města a zbytků několika jezuitských misí na jihovýchodě země turismem jen minimálně zasažený. Ministerstvo turismu se proto snaží turistický ruch v zemi diversifikovat. Vedle ekoturismu se snaží také zkvalitnit nabídku agroturismu. Jedním z projektů rozvoje agroturismu je vznik Paraguayské asociace venkovského turismu (*Asociación Paraguaya de Turismo Rural*), která propaguje síť rančů a farem nabízejících turistické pobyty spojené se zemědělskými aktivitami a poznáváním paraguayského venkova. V současnosti jsou do projektu zapojeny na dvě desítky rančů (*estancias*). Více informací získáme na stránkách <http://www.turismorural.org.py/>.

Ekonomiky zemí Jižní Ameriky sdílejí podobnou strukturální deformaci danou koloniální historií a přetrvávajícími nekoloniálními parametry světového systému. Převažuje vysoká závislost na exportu několika málo primárních komodit (zemědělských produktů a nerostných surovin). Pokusy o vybudování vlastního průmyslu byly úspěšné jen zčásti (zejména v Brazílii, Chile a Argentině) a všechny země za tyto pokusy zaplatily vysokým zadlužením a přetrvávající vysokou mírou chudoby. Zejména chudoba ve městech přináší z hlediska turismu problémy, protože právě města jsou primárními destinacemi ve většině zemí. S chudobou spojená kriminalita, vizuální a prostorové dopady chudinských čtvrtí a nespolehlivé veřejné služby i infrastruktura kladou rozvoji turismu značné meze. Příklad chudinského turismu v Brazílii je v tomto směru proto světlou, byť stále smutnou výjimkou.

Chudinské čtvrti, tzv. *favelas*, jsou pro brazilská města obrovským sociálním, politickým a urbanistickým problémem. Jen v Rio de Janeiro žije v chudinských čtvrtích více jak 700 tisíc lidí. Některé chudinské čtvrti v Riu se nacházejí v bezprostřední blízkosti vyhlášených turistických destinací a jsou turistům slunícím se na pláži Copacabana či odpočívajícím v luxusní čtvrti Leblon neustále na očích. V důsledku špatné pověsti chudinských čtvrtí se do nich však mnoho turistů nikdy neodvážilo. To obyvatelům těchto čtvrtí znemožňovalo zapojit se intenzivněji do turistického průmyslu v Riu. Kombinací projektů iniciovanými obyvateli čtvrtí, cestovními kanceláři, mezinárodními rozvojovými organizacemi a vládními institucemi se však v několika čtvrtích Ria začínají pozvolna organizovat prohlídky s průvodci, vznikají ubytovací zařízení (*poussadas*) a další turistická infrastruktura. Nejvíce z tohoto vývoje zatím získala největší chudinská čtvrť Rocinha, byť je zřejmé, že problém chudoby to ani v této čtvrti, ani nikde jinde rozhodně nevyřeší (Mowforth - Charlton - Munt 2008, 186-190). Příkladem cestovní kanceláře, která organizuje ve spolupráci s místními obyvateli prohlídky ve čtvrti Rocinha, je Exotic Tours (více na <http://www.favelatourismworkshop.com/>).

Ekonomická a socio-ekonomická situace v zemi příjezdu i zemi původu může ovlivňovat jak kvalitu a pestrost nabízených služeb, tak ochotu a schopnost turistů cestovat. Ekonomická situace v zemi příjezdu je ambivalentním faktorem v rozvoji cestovního ruchu. Na jedné straně zhoršení ekonomické situace doprovázené devalvací národní měny snižuje kvalitu služeb, protože rostou vstupní náklady podnikatelů v turismu, na straně druhé ale zlevňuje pobyt pro zahraniční návštěvníky. To byl třeba případ Argentiny v souvislosti s drastickou devalvací pesa po krizi v roce 2001. Naopak zhoršení ekonomické situace v zemi, z níž turisté vyjíždějí, jako tomu bylo v roce 2008 v USA a státech Západní Evropy, negativně ovlivňuje turistické destinace závislé na cestovním ruchu z těchto zemí. Krize roku 2008 většinu zemí Jižní Ameriky zasáhla jen okrajově, zatímco mnohem zásadnější dopad na rozvoj turismu měla argentinská krize na počátku nového tisíciletí, jak ostatně dokumentuje i následující případová studie Uruguaye.

Mottem uruguayského ministerstva turismus a sportu (*Ministerio de Turismo y Deporte*) je „Uruguay Natural“, tedy, „Přírodní Uruguay“. Ve skutečnosti toho ale mnoho „přírodního“ (ve smyslu divočiny) mimo pobřeží v Uruguayi nenalezneme. Hlavními lokalizačními faktory země jsou především atlantické pláže, komerční ráz Montevidea a v menší míře uruguayské zemědělství. Ročně do této země přijíždí přibližně 2 milióny turistů a dalších přibližně 200 tisíc lidí na výletních lodích. Cestovní ruch je pro ekonomiku země velmi důležitý. Turistický průmysl zaměstnává přibližně 130 tisíc lidí a podílí se více jak 4 % na tvorbě HDP. Jeho podíl na příjmech z exportu je přibližně 20 %. Pozitivním faktem také je, že více jak 60 % turistů přijíždí na rekreaci. Zajímavou skutečností je, že 77 % turistů dotazovaných v průzkumu v roce 2009 přijelo do země už více jak třikrát a 45 % dokonce více než pětkrát. Jen cca 6 % turistů bylo v Uruguayi poprvé. Co to znamená? Uruguayský cestovní ruch stojí na stálých zákaznících, jež do země přijíždějí opakovaně. V mnoha ohledech je to samozřejmě snem každé destinace. Nebýt ovšem toho, že turismus v Uruguayi je téměř z 80 % závislý na turistech ze sousedních zemí. Více jak polovina všech turistů pochází z Argentiny a Argentinci rovněž tvoří většinu pasažérů výletních lodí. Závislost na Argentině se Uruguayi sice dlouhodobě vyplácí, ale Uruguay to činí velmi zranitelnou. Tato zranitelnost se projevila v plné síle v souvislosti s tzv. argentinskou krizí v roce 2001, kdy došlo k meziročnímu propadu 800 tisíc turistů. Počet turistů klesl z 2,1 mil. v roce 2001 na 1,3 mil. v roce 2002 a trvalo několik let, než se celkový počet příjezdů vrátil na původní úroveň. Na té se stále drží, což sice svědčí o pokračující schopnosti Uruguaye nabízet atraktivní vyžití obyvatelům Argentiny a Brazílie, nicméně to také poukazuje na neschopnost diverzifikovat nabídku turistických destinací a přilákat turisty z jiných částí světa.

Česká republika má v regionu čtyři stálá zastoupení. Jsou to velvyslanectví v Buenos Aires, Limě, Santiagu de Chile a Brasílii. Velvyslanectví v Caracasu bylo v roce 2011 uzavřeno. Pro cesty do zemí regionu nepotřebují čeští občané vízum a jako turisté mohou zůstat 90 dní a v případě Kolumbie až 180 dní. Výjimkami jsou Guyana a Surinam, pro jejichž návštěvu je vízum nutné. Francouzská Guyana je součástí EU a pro její návštěvu tedy není vízum nutné.

### **6.1.3. Realizační předpoklady**

Realizační předpoklady cestovního ruchu jsou v Jižní Americe prostorově značně heterogenní. Mezi úrovní služeb a způsobem koordinace cestovního ruchu existují mezi zeměmi a uvnitř některých zemí poměrně velké rozdíly. Většina zemí bere cestovní ruch velice vážně a považuje jej za prioritní oblast rozvoje. Tomu odpovídá i institucionální zajištění cestovního ruchu v podobě ministerstev turismu a dalších promočních, koordinačních a podpůrných veřejných institucí. Přístup jednotlivých vlád k plánování, koordinaci a rozvoji cestovního ruchu se však významně liší. Bolívie a Kolumbie jsou příklady zemí, které se turismu historicky příliš nevěnovaly. Naopak Brazílie, Peru či

Argentina jsou příklady zemí, které do rozvoje cestovního ruchu intenzivně investují. Ve velkých zemích regionu hrají v rozvoji cestovního ruchu rovněž významnou roli ministerstva a agentury federálních států a provincií. Na těchto nižších úrovních stejně jako na úrovni celonárodní působí také řada soukromých asociací. Seznam hlavních vládních a nevládních institucí přináší Tabulka č. 6.2.

**Tabulka č. 6.2 - Instituce cestovního ruchu v Jižní Americe**

<b>Země</b>	<b>Vládní instituce</b>	<b>Další instituce</b>
<b>Argentina</b>	Ministerio de Turismo <a href="http://www.turismo.gov.ar/">http://www.turismo.gov.ar/</a>  Instituto Nacional de Promoción Turística <a href="http://www.argentina.travel/">http://www.argentina.travel/</a>  Consejo Federal de Turismo <a href="http://www.cft.gov.ar/">http://www.cft.gov.ar/</a>	Cámara Argentina de Turismo <a href="http://www.camaraargentinadeturismo.travel/">http://www.camaraargentinadeturismo.travel/</a>  Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo <a href="http://www.aaavyt.org.ar/">http://www.aaavyt.org.ar/</a>
<b>Bolívie</b>	Viceministerio de Turismo (Ministerio de Cultura) <a href="http://www.viceturismo.minculturas.gob.bo/">http://www.viceturismo.minculturas.gob.bo/</a> <a href="http://www.bolivia.travel/">http://www.bolivia.travel/</a>	Cámara Nacional de Operadores de Turismo Receptivo <a href="http://www.canotur-bolivia.com/">http://www.canotur-bolivia.com/</a>
<b>Brazílie</b>	Ministério do turismo <a href="http://www.turismo.gov.br/">http://www.turismo.gov.br/</a>  Instituto Brasileiro de Turismo <a href="http://www.embratur.gov.br/">http://www.embratur.gov.br/</a>	Associação Brasileira de Agências de Viagens <a href="http://www.abav.com.br/">http://www.abav.com.br/</a>
<b>Ekvádor</b>	Ministerio de Turismo Corporación Ecuatoriana de Turismo <a href="http://www.turismo.gob.ec/">http://www.turismo.gob.ec/</a> <a href="http://www.ecuador.travel/">http://www.ecuador.travel/</a>	
<b>Fr. Guyana</b>	Le Comité du Tourisme de la Guyane <a href="http://www.tourisme-guyane.com/">http://www.tourisme-guyane.com/</a>	
<b>Guyana</b>	Ministry of Tourism, Industry and Commerce Guyana Tourism Authority <a href="http://www.guyana-tourism.com/">http://www.guyana-tourism.com/</a>	
<b>Chile</b>	Servicio Nacional de Turismo <a href="http://www.sernatur.cl/">http://www.sernatur.cl/</a> <a href="http://www.chile.travel/">http://www.chile.travel/</a>	Turismo Chile <a href="http://www.visit-chile.org/">http://www.visit-chile.org/</a> <a href="http://www.turismochile.travel/">http://www.turismochile.travel/</a>  Consejo Superior de Turismo <a href="http://www.cnc.cl/consetur/">http://www.cnc.cl/consetur/</a>
<b>Kolumbie</b>	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo <a href="http://www.mincomercio.gov.co/">http://www.mincomercio.gov.co/</a>  Proexport Colombia <a href="http://www.colombia.travel/">http://www.colombia.travel/</a>	Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo <a href="http://www.anato.org">http://www.anato.org</a>
<b>Paraguay</b>	Secretaría Nacional de Turismo <a href="http://www.senatur.gov.py/">http://www.senatur.gov.py/</a>	Asociación Paraguaya de Turismo Rural <a href="http://www.turismorural.org.py/">http://www.turismorural.org.py/</a>
<b>Peru</b>	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo <a href="http://www.mincetur.gob.pe/">http://www.mincetur.gob.pe/</a>  Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo <a href="http://www.promperu.gob.pe/">http://www.promperu.gob.pe/</a> <a href="http://www.peru.info/">http://www.peru.info/</a> <a href="http://www.peru.travel/">http://www.peru.travel/</a>	Asociación Peruana de Operadores de Turismo Receptivo e Interno <a href="http://www.apoturperu.org/">http://www.apoturperu.org/</a>
<b>Surinam</b>	Ministerie va Transport, Communicatie en Toerisme <a href="http://www.president.gov.sr/sr/ministerie-van-tct.aspx">http://www.president.gov.sr/sr/ministerie-van-tct.aspx</a> <a href="http://www.suriname-tourism.org/">http://www.suriname-tourism.org/</a>	
<b>Uruguay</b>	Ministerio de Turismo y Deporte	Cámara Uruguaya de Turismo

	<a href="http://www.turismo.gub.uy/">http://www.turismo.gub.uy/</a>	<a href="http://www.camtur.com.uy/">http://www.camtur.com.uy/</a>
<b>Venezuela</b>	Ministerio del Poder Popular para el Turismo <a href="http://www.mintur.gob.ve/">http://www.mintur.gob.ve/</a>  Instituto Nacional de Turismo <a href="http://www.inatur.gob.ve/">http://www.inatur.gob.ve/</a>  Venezolana de Turismo S.A., VENETUR <a href="http://www.venetur.gob.ve/">http://www.venetur.gob.ve/</a>	Asociación Venezolana de Agencias de Viajes y Turismo <a href="http://www.avavit.com/">http://www.avavit.com/</a>

Z hlediska řízení cestovního ruchu rovněž nalezneme dosti významné rozdíly. Chilský cestovní ruch je postavený na státěm rozvíjené veřejné infrastruktuře a pevném institucionálním a legislativním rámci. Vlastní rozvoj turismu je však především otázkou soukromé podnikatelské iniciativy. Oproti tomu Venezuela představuje centralizovaný přístup k cestovnímu ruchu, který cíleně omezuje volný trh. Chilská Národní turistická služba (SERNATUR) začala od roku 2001 ve spolupráci se soukromými poskytovateli služeb v cestovním ruchu připravovat transparentní systém pro sledování kvality služeb. Výsledkem této mnohaleté spolupráce byl tzv. Systém kvality služeb v cestovním ruchu (*Sistema de Calidad para los Servicios Turísticos*) spuštěný v roce 2008. Každý poskytovatel služeb v cestovním ruchu může požádat o certifikaci akreditovanou soukromou firmu a po úspěšném splnění všech podmínek mu SERNATUR udělí právo používat Turistickou známku kvality (*Sello Turístico de Calidad*). Více informací o tomto certifikačním systému je možné získat na stránce <http://www.calidadturistica.cl/>. O dalších certifikačních programech v jiných zemích se můžete dozvědět více například na stránkách sítě Sustainable Tourism Certification Network of the Americas: <http://www.certificationnetwork.org/>.

Zatímco Chile je příkladem liberálně-demokratické země, jež dává prostor volnému trhu, Venezuela představuje spíše opačný případ. Po svém nástupu k moci Hugo Chávez centralizoval státní správu a nově začlenil do státní hierarchie i dříve soukromé, polo-soukromé a nevládní projekty a instituce. Tomuto centralizačnímu procesu se nevyhнул ani cestovní ruch, který spadá do kompetence Ministerstva lidové moci pro turismus (*Ministerio del Poder Popular para el Turismo*). Turistické rozvojové projekty koordinuje ministerstvem řízený Národní turistický institut (*Instituto Nacional de Turismo*). Každý podnikatel v cestovním ruchu musí institutu odvádět 1 % zisku a tyto prostředky jsou zpětně investovány do rozvoje prioritních oblastí, tzv. zón turistického významu (*zonas de interés turístico*). V současnosti je těchto zón 15 a nacházejí se převážně podél karibského pobřeží. Ministerstvo také vytvořilo cestovní kancelář Venetur, která je největší cestovní kancelář v zemi. Nabízí turistické balíčky ve Venezuele i zahraničí a spravuje několik luxusních hotelů. Prostřednictvím Venetur usiluje venezuelská vláda o dominantní postavení v cestovním ruchu a tím i o jeho kontrolu.

Turistická infrastruktura se soustřeďuje především do hlavních destinací v každé zemi, méně navštěvované destinace pak infrastrukturu často postrádají. Prostorová distribuce turistických služeb je tedy velmi nerovnoměrná a mapa turistických služeb obsahuje řadu prázdných míst. Například v Chile existuje přibližně 4000 ubytovacích zařízení s 71 tisíci pokoji a 153 tisíci lůžky, jsou ale soustředěny především v regionu Valparaíso, metropolitním regionu a regionu Los Lagos. V Chile dále působí cca 1100 cestovních kanceláří, z nichž 1/3 sídlí v metropolitním regionu. Infrastruktura na severu země a v částech jihu téměř chybí. Ještě větší rozdíly v prostorové distribuci nalezneme v Uruguayi, kde je naprostá většina turistické infrastruktury soustředěna do Montevidea a plážového resortu Punta del Este. Části kontinentu postrádající turistickou infrastrukturu si musejí pomoci samy. Příkladem rozvoje turismu zdola je tzv. komunitní turismus, o kterém pojednává následující případová studie.

Jedním z příkladů alternativně organizovaného turismu „zdola“ při absenci koordinované podpory ze strany vlády je tzv. komunitní turismus (*turismo comunitario*).

Tento typ turismu vychází z myšlenky umožnit co nejrovnoměrnější rozdělení příjmů z turismu, maximalizovat participaci místní komunity na projektech rozvoje turismu a omezit jeho negativní dopady na životního prostředí. V prostoru Jižní Ameriky fungují stovky takových projektů. Zastřešující organizací pro tyto projekty je Síť komunitního turismu Latinské Ameriky (RETURS - *Red de Turismo Comunitaria de América Latina*, <http://www.redturs.org/>). Členem této sítě je i Bolivijská síť solidárního komunitního turismu (TUSOCO, <http://www.tusoco.com/>), která sdružuje místní projekty a asociace komunitního turismu. Jedním z přibližně dvaceti projektů realizovaných v Bolívii je i *Qala Uta*, společný projekt dvou komunit na severovýchodní straně horského pásu Cordillera de la Paz situovaných přibližně 50 km vzdušnou čarou od jezera Titicaca. Na projektu odstartovaném v roce 2002 se podílí 20 rodin, které střídavě poskytují ubytování, stravu a průvodcovské služby. 20 % zisku jde na zlepšení turistické infrastruktury a 10 % na projekty komunitního rozvoje přímo nesouvisející s turismem (školy, cesty apod.).

Podobně jako v případě Střední Ameriky i v prostoru Jižní Ameriky funguje několik vlivných integračních uskupení. Narozdíl od Střední Ameriky ale jihoamerická integrační uskupení donedávna nevěnovala turismu pozornost. V rámci Andského společenství (CAN, <http://www.comunidadandina.org/>) vznikla teprve v roce 1999 tzv. Andská komise představitelů ministerstev turismu členských zemí CAN. Komise se zaměřuje především na marketing cestovního ruchu prostřednictvím projektu Virtuálních turistických tras (*Rutas Turísticas Virtuales*). Bližší informace o projektu lze získat na stránkách [http://www.comunidadandina.org/turismo/home\\_turismo.htm](http://www.comunidadandina.org/turismo/home_turismo.htm). Při organizaci MERCOSUR (<http://www.mercosur.int/>) vznikl v roce 2009 Fond propagace turismu (*Fondo de Promoción de Turismo*) jako první vlašťovka systematictější podpory cestovního ruchu. Na počátečním kapitálu fondu ve výši 600 tisíc USD se poměrným dílem podílejí všechny čtyři členské země. Třetím významným integračním uskupením Jižní Ameriky, které ale teprve začíná, je Jihoamerická unie (UNASUR). Tento ambiciózní projekt má v současnosti zásadní organizační, ekonomické a politické starosti a rozvoj cestovního ruchu nefiguruje na seznamu prioritních témat (více informací lze nalézt na <http://www.pptunasur.com/> a také na <http://www.comunidadandina.org/sudamerica.htm>). Zatímco vládní koordinace rozvoje cestovního ruchu se teprve začíná utvářet, nadnárodní spolupráce na nevládní úrovni pokročila v prostoru Latinské Ameriky dále. Příkladem takové celoregionální organizace je Konfederace turistických organizací Latinské Ameriky (*Confederación de Organizaciones Turísticas de la América Latina*, <http://www.cotal.org.ar/>). Surinam a Guyana představují zvláštní případ, protože sice leží na jihoamerickém kontinentu, ale politicky i ekonomicky se zapojují především do karibských regionálních organizací. Své rozvojové projekty zaměřené na cestovní ruch tedy propagují především v rámci Karibské organizace pro cestovní ruch (*Caribbean Tourism Organization*, <http://www.onecaribbean.org/>).

## 6.2. Vývoj, fakta a čísla o cestovním ruchu v Jižní Americe

Ačkoliv celkový počet příjezdů ve světě i na americkém kontinentu každoročně pozvolna stoupá, podíl příjezdů do Severní a Jižní Ameriky na všech příjezdech dlouhodobě klesá. Zatímco v roce 1950 činil podíl příjezdů do obou Amerik téměř 30 % všech příjezdů, v roce 2005 to bylo už jen 16,6 % (Boniface - Cooper 2009b: 40). V roce 2009 to bylo dokonce už jen 15,9 %. Podíl Jižní Ameriky na všech příjezdech činil podle WTO v roce 2009 pouhých 2,3 %, což představuje přibližně 21,4 mil. příjezdů. Pozitivním faktem ale je, že podíl Jižní Ameriky na všech příjezdech od roku 1990 mírně vzrostl a v posledních letech zůstává stejný, což znamená, že Jižní Amerika je schopna kompenzovat pokles podílu

příjezdů do obou Amerik efektivněji než země Severní a Střední Ameriky a Karibiku. Od roku 1990 do roku 2009 stoupl podíl příjezdů do Jižní Ameriky na všech příjezdech do obou Amerik z 8,3 % na 15,2 %. Podobnou dynamiku zaznamenal i vývoj příjmů z cestovního ruchu, který zhruba odpovídá podílu regionu na příjezdech. Podíl Jižní Ameriky na příjmech z cestovního ruchu v roce 2009 činil 2,1 %, což představovalo přibližně 18,2 miliard dolarů.

Přes tyto nepochybné úspěchy zůstává zřejmou skutečností, že jen do Mexika každoročně přijede přibližně stejný počet turistů jako do celé Jižní Ameriky. Veliký podíl na této situaci má relativní vzdálenost regionu od hlavních zdrojových zemí, tedy Severní Ameriky a Evropy. Byť je tato vzdálenost do značné míry spíše psychologická, působí jako účinná bariéra rozvoje cestovního ruchu, jehož potenciál v regionu zatím zůstává z velké míry nevyužit. Tabulky č. 5.3-6 a graf č. 5.1 shrnují některé základní statistické ukazatele dokumentující objem, vývoj a strukturu příjezdů v letech 2004 - 2008.

Stejně jako v prostoru Střední Ameriky, hraje i v Jižní Americe cestovní ruch významnou roli v národních hospodářstvích, byť tato role zaostává za jeho významem ve Střední Americe. Například v Bolívii se cestovní ruch podílí na tvorbě HDP 2 %, v Paraguayi je to 1,4 % a v Uruguayi a Venezuele cca 4 %. Pro Bolívii, stejně jako pro Ekvádor, jsou příjmy z turismu třetím hlavním zdrojem tvrdé měny, v Chile představují příjmy z turismu 3,7 % všech příjmů z exportu. Celkový ekonomický příjem z turismu tvoří nezanedbatelnou součást ekonomiky a má významné multiplikační efekty. Ne vždy však musí být turismus jako celek pro zemi ziskový. Například Uruguay má výrazně pozitivní saldo cestovního ruchu. Příjem z turismu činil v roce 2009 1,3 mld. US\$, zatímco Uruguayci cestující do zahraničí utratili jen 0,3 mld. US\$. Naopak Venezuela má saldo cestovního ruchu značně negativní. Celkový příjem z turismu byl 0,8 mld. US\$ v roce 2009, ale Venezuelané cestující do zahraničí utratili téměř dvojnásobek. Z hlediska ekonomické geografie cestovního ruchu je rovněž zajímavé sledovat finanční přínos jednotlivých regionů k tvorbě příjmů z turismu. Například v Chile tvoří turisté z Evropy jen 16 % všech turistů, ale příjmy generované touto skupinou turistů představují téměř 28 % všech příjmů. Pro Chile je tedy Evropa strategickým turistickým trhem.

Obecně platí, že na rozdíl od jednoznačné dominance turistů ze Severní Ameriky v cestovním ruchu Mexika a zemích Střední Ameriky, do zemí Jižní Ameriky přijíždí více turistů z Evropy než z kterékoliv jiné části světa (když pomineme samotnou Jižní Ameriku). Jen v Guyaně, Kolumbii a Ekvádoru převažují turisté ze Severní Ameriky, přičemž jen v případě Guyany je tento rozdíl skutečně výrazný. Evropa je tedy strategickým turistickým trhem nejen pro Chile.

**Tabulka č. 6.3 - Počet příjezdů do Jižní Ameriky v roce 2004 celkem a podle regionů**

Země	Počet příjezdů celkem	Počet příjezdů ze Severní Ameriky	Počet příjezdů z Jižní Ameriky	Počet příjezdů z Evropy
Argentina	3456526	302255	2128965	546184
Bolívie	390888	52202	170847	143413
Brazílie	4793703	838595	1829017	1860259
Ekvádor	818927	208169	436668	133868
Fr. Guyana	94920	-	-	63501
Guyana	121989	80847	2140	9056
Chile	1785024	228714	1114617	344774
Kolumbie	790940	257766	587825	155657
Paraguay	309287	14540	268437	19788
Peru	1349959	329828	633609	296684
Surinam	160022	6169	40225	99265
Uruguay	1870858	64485	1372482	97223
Venezuela	486401	118340	82443	258178

Pozn.: Pro Fr. Guyanu a Surinam jsou uvedena data za rok 2005  
Zdroj: WTO Tourism Statistics 2008

**Tabulka č. 6.4 - Počet příjezdů do Jižní Ameriky v roce 2008 celkem a podle regionů**

Země	Počet příjezdů celkem	Počet příjezdů ze Severní Ameriky	Počet příjezdů z Jižní Ameriky	Počet příjezdů z Evropy
Argentina	4665359	459436	2739811	769848
Bolívie	496489	58618	231870	167113
Brazílie	5050099	765380	2070391	1814146
Ekvádor	1005297	280934	444251	198177
Fr. Guyana	108801	-	-	67130
Guyana	132776	90221	-	9208
Chile	2698659	301678	1832866	446575
Kolumbie	1222966	351192	538699	226803
Paraguay	428215	17293	364753	34259
Peru	2057620	503172	950757	454214
Surinam	162509	5985	35037	108134
Uruguay	1997884	93123	1418597	139282
Venezuela	744709	130257	227105	301579

Pozn.: Pro Fr. Guyanu a Surinam jsou uvedena data za rok 2007, pro Bolívii za rok 2006 a vyjadřují počet turistů, kteří se ubytovali v hotelích  
Zdroj: WTO Tourism Statistics 2008

**Tabulka č. 6.5 - Index změny v příjezdech (2008/2004)**

Země	Všechny příjezdy	Příjezdy ze Severní Ameriky	Příjezdy z Jižní Ameriky	Příjezdy z Evropy
Argentina	1,35	1,52	1,29	1,41
Bolívie	1,27	1,12	1,36	1,17
Brazílie	1,05	0,91	1,13	0,98
Ekvádor	1,23	1,35	1,02	1,48
Fr. Guyana	1,15	-	-	-
Guyana	1,09	1,12	-	1,02
Chile	1,51	1,32	1,64	1,30
Kolumbie	1,55	1,36	0,97	1,46
Paraguay	1,38	1,19	1,36	1,73
Peru	1,52	1,53	1,50	1,53
Surinam	1,02	0,97	0,87	1,09
Uruguay	1,07	1,44	1,03	1,43
Venezuela	1,53	1,10	2,75	1,17

Pozn.: Pro Fr. Guyanu a Surinam je index změny vypočten z dat za roky 2005 a 2007, pro Bolívii z dat za roky 2004 a 2006.

Zdroj: WTO Tourism Statistics 2008

**Tabulka č. 6.6 - Podíl zemí a hlavních zdrojových regionů na příjezdech v % (2008)**

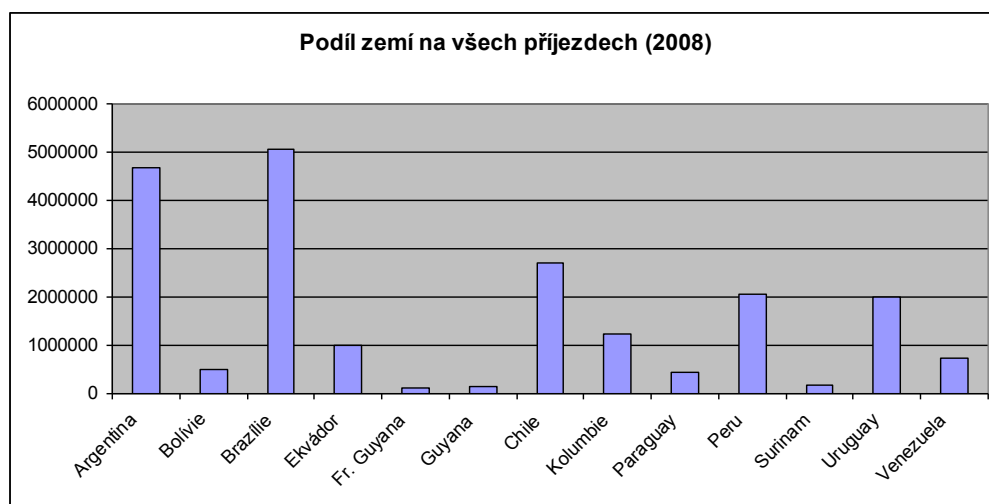
Země	Podíl na všech příjezdech	Podíl turistů ze Severní Ameriky	Podíl turistů z Jižní Ameriky	Podíl turistů z Evropy
Argentina	22,46	9,85	58,73	16,5
Bolívie	2,8	9,60	56,9	24,8
Brazílie	24,31	15,16	41	35,92
Ekvádor	4,84	27,95	44,19	19,71
Fr. Guyana	0,52	-	-	61,70

<b>Guyana</b>	0,64	67,95	-	6,93
<b>Chile</b>	12,99	11,18	67,92	16,55
<b>Kolumbie</b>	5,89	28,72	44,05	18,55
<b>Paraguay</b>	2,06	4,04	85,18	8
<b>Peru</b>	9,91	24,45	46,21	22,07
<b>Surinam</b>	0,78	3,70	21,56	66,54
<b>Uruguay</b>	9,69	4,66	77,29	6,97
<b>Venezuela</b>	3,59	17,49	30,5	40,5

Pozn.: Pro Fr. Guyanu a Surinam se jedná o data za rok 2007.

Zdroj: WTO Tourism Statistics 2008

**Graf č. 6.1 - Podíl zemí na všech příjezdech v roce 2008**



Zvláštním případem v cestovním ruchu v rámci Jižní Ameriky je Francouzská Guyana. Ta je zámořským departamentem Francie a jako taková je součástí Evropské unie. Její osud se tedy významně liší od jejích dvou západních sousedů Surinamu a Guyany, které sice získaly nezávislost na bývalých koloniálních velmocích, tedy Nizozemí a Velké Británii, ale zaplatily za to tvrdou daň hospodářské a politické izolace. Guyany nabízejí kromě pláží a pestrého a svérázného demografického a kulturního mixu s významným podílem africké a indické populace zejména relativně zachovalé pralesní ekosystémy. Turistický výbor Guyany (*Comité du Tourisme de la Guyane*), který koordinuje cestovní ruch ve Francouzské Guyaně, v tomto směru zdůrazňuje skutečnost, že 80 % biodiverzity Evropské unie se nachází právě na území tohoto zámořského departamentu. Cestovní ruch ve Francouzské Guyaně je specifický řadou faktorů. V roce 2009 přijelo 96 tisíc turistů a dalších 15 tisíc lidí na výletních lodích. 60 % turistů přijíždí za prací, studiem a na stáže, 25 % za rodinou a přáteli a jen 15 % za rekreaci (Pozn.: Jedná se ještě vůbec o turismus?). Většina turistů je z Francie a mnoho z nich pracuje v Guyanském kosmickém centru Evropské kosmické agentury, které zde sídlí. Departamentu chybí strategie rozvoje cestovního ruchu, přesto se turismus podílí na tvorbě HDP 7-10 % a stejným podílem na zaměstnanosti a jeho finanční přínos Výbor odhaduje na 225-300 mil. Euro ročně (ATOOUT France Délégation Guyane - Le tourisme en Guyane 2010, [http://www.guyane.pref.gouv.fr/wp-content/uploads/2011/01/tourisme\\_Synthese-MOM-Guyane-V2-1.pdf](http://www.guyane.pref.gouv.fr/wp-content/uploads/2011/01/tourisme_Synthese-MOM-Guyane-V2-1.pdf)).



### 6.3. Cestovní ruch ve vybraných zemích Jižní Ameriky

Stejně jako v případě regionu Střední Ameriky není možné pojednat podrobně o cestovním ruchu ve všech zemích Jižní Ameriky. Následující kapitola se proto omezí na tři významné destinace – Argentinu, Brazílii a Peru. Z grafu č 6.1 je rovněž patrná prominentní role Chile a Uruguaye, ale ty byly popsány již výše.

#### 6.3.1. Argentina

Argentina je po Brazílii druhou největší zemí Latinské Ameriky a zahrnuje území od subtropických lesů a části Altiplana na severu až po chladnou Patagonii na jihu a od atlantického pobřeží na východě až po hřeben And na hranici s Chile. Tento obrovský prostor nabízí velké množství lokalizačních předpokladů přírodního, kulturního, kulturně-historického, agrárního i industriálního rázu a z hlediska pestrosti těchto faktorů se v kontextu Jižní Ameriky Argentině asi žádná jiná země nemůže rovnat.

Sektor cestovního ruchu v Argentině spadá do kompetence ministerstva turismu (*Ministerio de Turismo*). Propagaci turismu má na starosti zejména Národní institut propagace turismu (*Instituto Nacional de Promoción Turística*). Další významnou celonárodní institucí je Federální turistická rada (*Consejo Federal de Turismo*), která sdružuje zástupce ministerstev federální vlády a provinčních vlád a slouží ke koordinaci rozvojových politik na všech úrovních státu. Zájmy podnikatelů v cestovním ruchu zastupuje Argentinská turistická komora (*Cámara Argentina de Turismo*). Rozvoj cestovního ruchu v Argentině se řídí Strategickým federálním plánem rozvoje udržitelného turismu (*Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable*). Ten se opírá o tři pilíře - turismus ze zahraničí, domácí turismus a tzv. sociální turismus, tedy dotovaný program turistických pobytů pro sociálně slabší. Významnou roli v rozvoji cestovního ruchu hrají rovněž provinční vlády, jak ukazuje následující příklad.

Argentinský zákon o cestovním ruchu (*Ley Nacional de Turismo* č. 25.997 z roku 2004) definuje turismus jako oblast „národního zájmu“ a jako „socio-ekonomickou a strategickou aktivitu zásadního významu pro rozvoj země“, která by měla být prioritním tématem státních politik. Tato legislativní prohlášení rozhodně není zbožným přáním, ale reflektuje skutečný hospodářský význam turismu v zemi. Do Argentiny přijelo v roce 2009 4,3 mil. turistů, tzn. více jak dvojnásobek ve srovnání s rokem 1990. Celkový příjem z turismu vzrostl z 1,4 mld. US\$ v roce 1992 na 3,8 mld. US\$ v roce 2009. Turistický průmysl zaměstnává více jak milion lidí. Podobně jako v případě Venezuely je ale pro Argentinu cestovní ruch dvojsečnou zbraní. Argentina totiž má, stejně jako Venezuela, výrazně negativní saldo. V roce 2009 vyjelo o 600 tisíc Argentinců více, než kolik do země přijelo turistů, a v zahraničí utratili o 0,5 mld. US\$ více, než jaký byl celkový příjem z turismu. Saldo je nyní podstatně příznivější než v 90. letech 20. st., kdy běžně dosahovalo ztráty více jak 1,5 mld. US\$, stále ale zůstává nepříznivé. Hospodářský význam turismu kromě lokální zaměstnanosti tedy spočívá zejména v kompenzaci ztrát tvrdé měny v souvislosti s výjezdním turismem Argentinců.

Na rozdíl od uruguayského či paraguayského cestovního ruchu je ten argentinský relativně dobře diversifikovaný. Turisté z Chile představují přibližně 18 % všech turistů, Evropa i Brazílie přibližně 16 % každá, Uruguay 10 % a Severní Amerika a zbytek Jižní Ameriky mají po 9 %. Strategickým turistickým trhem pro Argentinu však není Chile či Brazílie ale Evropa, jejíž turisté utratí v průměru čtyřikrát více než turisté z Chile a dvakrát více než turisté z Brazílie.

Přibližně 57 % turistů přijíždí za rekreací, 20 % za rodinou a přáteli a 18 % pracovně. Turistická infrastruktura je v Argentině obecně na velmi dobré úrovni a i její prostorová distribuce netrpí tak velkými rozdíly jako v některých jiných zemích Jižní Ameriky. V zemi působí více 12 tisíc hotelů s kapacitou 564 tisíc lůžek. Hlavní turistickou destinací je město a

provincie Buenos Aires. Významný lokalizační faktor ale představují také národní parky, které v roce 2009 přilákaly v souhrnu 800 tisíc zahraničních turistů. Většina z nich zamířila k vodopádům Iguazú, ale každoročně roste počet turistů, jež míří i do národních parků Patagonie (zejména do parku Los Glaciares). Jedním z méně tradičních, avšak velmi významných lokalizačních předpokladů cestovního ruchu se posledních několika letech stala rovněž Rally Dakar, jednak pro svůj přímý dopad na ekonomiku země, ale rovněž pro význam rally z hlediska propagace Argentiny (a Chile) jako turistické destinace.

Argentina je federální zemí, složenou z 23 provincií a autonomního města Buenos Aires. Pro potřeby plánování a propagace cestovního ruchu se provincie rozdělují do šesti turistických regionů, z nichž většinu tvoří vždy několik provincií. Výjimkou je region Córdoba tvořený jedinou provincií stejného jména. Córdoba je patrně turisticky nejatraktivnější argentinskou provincií s bohatým, zejména kulturně-historickým turistickým potenciálem. Podobně jako v Mexiku koordinují rozvoj cestovního ruchu v provinciích provinční úřady. V případě Córdoba má cestovní ruch v kompetenci provinční vládou zřízená agentura *Agencia Córdoba Turismo* (<http://www.cordobaturismo.gov.ar/>). Agentura propaguje Córdoba v Argentině i zahraničí. Činnost agentury se řídí strategickým plánem rozvoje cestovního ruchu provincie.

### 6.3.2. Brazílie

Brazílie je pátou největší a také pátou nejlidnatější zemí světa. V kontextu Jižní Ameriky zabírá Brazílie přibližně polovinu rozlohy subkontinentu a totéž platí i o brazilské populaci ve vztahu k jihoamerické populaci jako celku. Na rozdíl od Argentiny či Mexika je však brazilské území ekosystémově a geomorfologicky méně rozmanité, a proto jsou i lokalizační faktory cestovního ruchu do jisté míry srovnatelné na různých částech země. Internetový portál Brazílského turistického institutu (*Instituto Brasileiro de Turismo*) láká potenciální návštěvníky na pět lokalizačních předpokladů či forem turismu: pláže, ekoturismus, kulturu, sport a kongresovou či eventuelně turistiku. Tento výčet vystihuje současnou nabídku v cestovním ruchu Brazílie poměrně dobře, i když samozřejmě opomíjí některé nově se rozvíjející segmenty jako agroturismus či etnický turismus.

V roce 2008 přijelo do Brazílie přibližně 5 mil. turistů, o rok později poklesl v důsledku ekonomické krize počet příjezdů na 4,8 mil. Přesto si Brazílie udržela první místo v Jižní Americe, byť v poměru ke svému území a velikosti populace je Argentina v lákání turistů nepochybně úspěšnější. Podíl Brazílie na celkových příjezdech do Jižní Ameriky dlouhodobě klesá. V roce 1999 dokázala Brazílie přilákat 33 % všech turistů, v roce 2009 to bylo už jen 23 %. To znamená, že Brazílie není schopna kompenzovat rostoucí konkurenci okolních zemí. Struktura příjezdů se podobá Argentině. Nejpočetnější skupinou turistů jsou turisté z okolních zemí (zejména Argentiny, Chile a Uruguaye), ale početně téměř stejně silnou skupinou jsou turisté z Evropy, kteří podobně jako v případě Argentiny představují z hlediska výše útraty podstatně lukrativnější zdroj příjmu.

Brazilský turismus prošel od roku 1970 bouřlivým vývojem. V tomto roce přijelo do země přibližně jen 250 tisíc lidí, ale o pouhých deset let později to bylo už 1,6 mil. Obzvláště dramatický nárůst nastal mezi lety 1995 a 2000, kdy počet turistů vzrostl z 2 mil. na rekordních 5,3 mil., tzn. nárůst o 650 tisíc turistů ročně. V souvislosti s argentinskou krizí i Brazílie, stejně jako Uruguaye, zaznamenala meziroční propad mezi lety 2001 a 2002 o 1 mil. příjezdů a v posledních letech počet příjezdů spíše stagnuje.

Přibližně 70 % všech turistů přijíždí letecky. Vstupními branami do země jsou především São Paulo (38 % všech turistů) a Rio de Janeiro (19 %). Hlavní turistickou sezónou jsou měsíce leden, únor a březen, kdy přijíždí 38 % všech turistů. Přibližně 45 % všech turistů přijíždí za rekreací, 28 % za rodinou a 23 % za obchodem. Z těch, kteří přijíždí na rekreaci,

61 % míří na pláže, 23 % za ekoturismem a 10 % za kulturou. Nejnavštěvovanějšími destinacemi byly v roce 2009 Rio de Janeiro (30 % všech) a vodopády Iguazú (20 %). Pro ty, jež přijeli za obchodem a kongresy, bylo atraktivnější São Paulo (50 % všech), nicméně Rio obsadilo druhou příčku (25 %).

Turistická infrastruktura v Brazílii je sice robustní, ale prostorově značně nerovnoměrně rozložená. Soustředí se především na jihovýchodě a severovýchodě, zatímco sever, střed a jih země mají kvalitní infrastruktury výrazně méně. V Brazílii je přibližně 6000 hotelů s ubytovací kapacitou 625 tisíc hostů. Je zde registrováno 11600 cestovních kancelářů a 9000 průvodců.

Brazílie je federativní stát tvořený 26 státy a jedním federálním distriktem. Plánování a koordinace rozvoje cestovního ruchu proto probíhá podobně jako v Argentině na několika úrovních. Na úrovni federace spadá turismus pod ministerstvo turismu (*Ministério do turismo*), které zřídilo řadu konzultativních a koordinačních orgánů, propojující jak různé úrovně státu, tak vládní a soukromou sféru. Příkladem takových orgánů jsou Národní turistická rada (*Conselho Nacional de Turismo*) a Národní fórum ministrů a ředitelů státních turistických institucí (*Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo*, <http://www.fornatur.com.br/>). Obdobné turistické rady rovněž fungují na úrovni jednotlivých federálních států. Dosavadní plán rozvoje turismu pozbyl s koncem roku 2010 platnosti a nový zatím nebyl schválen.

Brazílie vkládá velké naděje do pořadatelsví mistrovství světa ve fotbale v roce 2014 a také letních olympijských her v roce 2016. Očekává se, že na mistrovství přijede více jak půl milionu turistů a že to bude počátek dalšího turistického boomu v souvislosti s příležitostmi pro zviditelnění Brazílie a jejího cestovního ruchu ve světě.

### 6.3.3. Peru

Peru je rozlohou třetí největší zemí Jižní Ameriky a čtvrtou nejlidnatější. Jeho území tvoří čtyři odlišné ekologické zóny - suché pobřeží Tichého oceánu, hustě osídlené vysočiny v pásmu And, východní svahy And a navazující pahorkatiny porostlé tropickým deštným lesem a tropické nížiny při hranicích s Brazílií. Od environmentální a kulturně-historické diversity se rovněž odvíjí i lokalizační faktory peruánského turismu. Mezi nimi stojí na prvním místě předkolumbovské památky několika významných kultur, které zde kvetly v průběhu čtyř tisíc let. Necelá polovina obyvatel Peru je domorodého původu a tato živá indiánská kultura spolu s koloniálními památkami představuje další klíčový lokalizační faktor. Rychle rozvíjejícím se odvětvím v současnosti je také horská turistika a ekoturismus, ale jejich potenciál není zatím plně využit. Hlavními turistickými destinacemi jsou Machu Picchu, Cuzco a Lima.

Cestovní ruch v Peru spadá pod ministerstvo zahraničního obchodu a turismu (*Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*). V letech 2004 - 2008 vypracovalo ministerstvo Národní strategický plán cestovního ruchu (*Plan Estratégico Nacional de Turismo*). Plán pro období 2008 - 2018 označuje cestovní ruch za základ pro všestranný, udržitelný a sociálně spravedlivý rozvoj Peru a jako priority si klade mimo jiné diverzifikovat formy turismu, zkvalitnit služby a infrastrukturu, zvýšit zapojení veřejnosti a soukromého kapitálu do přípravy projektů rozvoje cestovního ruchu, zvýšit bezpečí turistů a rovněž ochránit před negativními vlivy turismu některé rizikové skupiny populace (děti, chudé ženy). Některé tyto body se již podařilo uskutečnit (například vznikla turistická policie a také systém podpory zvyšování kvality služeb), jiné se teprve postupně rozvíjejí. Ministerstvo zřídilo Komisi pro propagaci Peru v oblasti exportu a turismu (*Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo*), která propaguje cestovní ruch ve světě. V současné době Peru prochází reformou administrativního uspořádání země a nově utvářené regiony postupně

přejímají nové kompetence, které na něj v rámci decentralizace přenáší ústřední vláda. Výhledově budou regiony hrát mnohem důležitější roli, než je tomu dnes.

Podíl Peru na celkových příjezdech turistů odpovídá zhruba postavení Peru v kontextu Jižní Ameriky z hlediska velikosti jeho území a populace. V roce 2008 přijelo do země více jak 2 milióny turistů, což Peru zařadilo na čtvrtou příčku mezi zeměmi regionu. Podle statistiky ministerstva to v roce 2009 bylo o sto tisíc turistů více. Polovina všech turistů přijíždí do Peru ze sousedních zemí, především pak z Chile (21 % všech). V roce 2009 přijelo z USA přibližně 17 % turistů a z Evropy dalších přibližně 19 %. Téměř dvě třetiny turistů přijíždějí za rekreací.

Ekonomický přínos turismu činil v roce 2009 téměř 2,5 mld. US\$ a podílel se 1,89 % na tvorbě HDP. Podíl turismu na vývozech zboží byl 9,2 % v roce 2009 a na vývozu služeb 67,6 %. V zemi existuje přibližně 12,5 tisíc hotelů s kapacitou 335 tisíc lůžek. Tato infrastruktura je však nerovnoměrně umístěná. Přibližně jedna čtvrtina všech hotelů se nachází v Limě a 8,7 % v Cuzcu. Naopak, například v departamentu Huancavelica je jen 52 hotelů (0,4 % všech).

Peruánská vláda vyhlásila rok 2011 rokem stého výročí „objevení“ Machu Picchu. Toto opuštěné incké město hraje v peruánském cestovním ruchu zcela zásadní roli, ročně jej navštíví více jak 600 tisíc zahraničních turistů. Na místo samotné je navázána rozsáhlá turistická infrastruktura (hotely, restaurace, cestovní kanceláře, obchody se suvenýry, průvodci, dopravci atd.) a multiplikační efektu turismu v této oblasti jsou dalekosáhlé. Peruánská vláda si velice dobře uvědomuje strategický význam lokality, o čemž svědčí i ochota vlády provést velice nákladnou evakuaci turistů po sesuvech půdy na počátku roku 2010. Nejužívanějším dopravním prostředkem pro cestu k Machu Picchu je železnice, ale obrovské popularity nabyla v posledních letech tzv. Incká stezka, tzn. stará incká cesta. Tato popularita byla tak obrovská, že peruánská vláda zavedla velmi přísná pravidla pro všechny cestovní kanceláře a průvodce a zavedla systém povolenek, jejichž počet je omezen na 500 na den. Číslo zahrnuje nosiče, průvodce a další doprovod, takže reálný počet povolenek dostupný pro zahraniční turisty je nižší, a pro návštěvu v sezóně se doporučuje povolenky rezervovat až půl roku předem. Na stezku je možné se vydat jen pod vedením akreditovaných průvodců. Ačkoliv je stezka jen 33 km dlouhá, cesta většinou trvá čtyři dny, nejen kvůli překonávání velkých převýšení, ale také protože ji lemují řada inckých staveb. Je to jednoznačně nejfrekventovanější stezka celé Jižní Ameriky, na jejímž konci stojí jeden z nově zvolených sedmi divů světa, Machu Picchu.

## 6.4. Shrnutí

Potenciál cestovního ruchu v Jižní Americe není dostatečně využit. I když Jižní Amerika nabízí více lokalizačních faktorů na větší ploše, získává méně turistů než region Střední Ameriky. Podíl příjezdů do Jižní Ameriky na všech příjezdech do obou Amerik stabilně roste. Hlavními tahouny cestovního ruchu regionu jsou Brazílie, Argentina, Chile a Peru. Nejméně turisticky rozvinuté jsou Paraguay, Bolívie a Venezuela. Řada zemí regionu velmi významně závisí na argentinském turismu. Turismus v rámci regionu početně převažuje nad příjezdy z Evropy a USA, ale největší ekonomický přínos má turismus z Evropy, který je také pro většinu zemí důležitější než turismus z USA. Nejlepší turistickou infrastrukturu mají Chile, Argentina, Uruguay a Brazílie, nejhorší Bolívie, Paraguay, Guyana a Surinam. Na regionální úrovni se turismus jako téma mezinárodní spolupráce objevuje až nedávno a dopady této spolupráce jsou zatím malé. Převážná část aktivit v rozvoji turistického ruchu se proto odehrává na národní a subnárodní úrovni.

## Kapitola 7 Cestovní ruch v Antarktidě

Antarktida je okrajovou turistickou destinací, která se na turistické mapě světa objevila teprve v posledních 20 letech v souvislosti s rozšířením letecké dopravy. Zájem o ní projevují turisté, jež chtějí zažít něco opravdu neobvyklého a také ti, kteří se zajímají o polární kraje a o ochranu přírody. Paradoxně právě oni přinášejí na poslední neobydlený kontinent hrozbu znečištění a neobvyklé zátěže tamního prostředí. To je mnohem závažnější ohrožení než dnes už marginální ohrožení samotných turistů, kteří jsou dobře chráněni technickými vymoženostmi současného světa. Přesto cesta na Antarktidu stále patří k těm adrenalinovým, a to mj. generuje i zájem.

Antarktida je světadíl **nejméně vhodný** pro život člověka. Proto byl dlouho zcela neobydlen a jedinými občasnými návštěvníky byli od 20. století polární badatelé. Od roku 1956 se zde nacházejí trvalé nebo dočasné **polární vědecké stanice**, jejichž osazenstvo čítá od 1 tisíce (během zdejší polární noci, tzn. v našem létě) do 5 tisíc v zdejším létě. Dnes je jich **66** a nejstarší z nich je americká **McMurdo**, jež leží na pobřeží a má k dispozici jediný skutečný antarktický přístav. Žije v ní kolem 1 tisíce polárních badatelů a dalšího personálu. Své výzkumné stanice zde má 30 nejnávštěvnějších zemí světa a od roku 2006 se z nim řadí i česká Mendlova polární stanice na ostrově Jamese Rosse, kterou zde provozuje Masarykova univerzita v Brně (ale jen v létě).

Téměř celé její území (**14 mil, km<sup>2</sup>**) pokrývá pevninský ledovec podobný tomu, jenž pokrýval i Evropu v dobách ledových. Jen výjimečně zde teplota vystoupí nad 0°C. V roce 1983 zde byla naměřena absolutně nejnižší teplota zaznamenaná na Zemi: **-89,2°C**.

Antarktida není součástí žádného státu, byť na její území vznesly nároky některé státy jižní polokoule (Austrálie, Nový Zéland, Argentina, Chile) a státy podílející se na jejím výzkumu (Velká Británie, Francie, Norsko). Její mezinárodní status upravuje **Antarktická smlouva** podepsaná v roce 1959 ve Washingtonu představiteli Argentiny, Austrálie, Belgie, Francie, Chile, Japonska, Jihoafrické republiky, Nového Zélandu, Sovětského svazu, USA a Velké Británie. Tato smlouva zde mj. zakazuje jakoukoliv těžbu surovin a provádění jaderných pokusů. Ke smlouvě později přistoupily další státy (Československo v roce 1962 a tento závazek uznává dnes i Česká republika). Smlouva vstoupila v platnost v roce 1961 a po 30-ti letech byla prodloužena do roku 2041.

Turisté se na Antarktidě objevili ve druhé polovině 20. století, kdy byly zorganizovány první vyhlídkové plavby z argentinských a chilských přístavů. Ročně se na kontinent podívalo touto cestou jen několik stovek turistů. V prvním roce 1957 - 1958 jich bylo pouze **194** (Warszyńska 2000, str. 409). V 90. letech jejich počet vzrostl řádově na několik tisíc. V sezóně 1991 - 1992 to bylo přes 6 tisíc turistů (Warszyńska 2000 tamtéž). Českou zkušenost z turistické plavby na Antarktidu zveřejnil v poslední době Mezník (2011).

V současnosti se k plavbám k antarktickým břehům přidala **letecká doprava**. Buď to jsou přelety nad kontinentem bez přistání, které nabízí australská společnost Quantas a novozélandská Air Zealand, anebo lety na některou z polárních stanic. Na Antarktidě je v současnosti 25 letištních ploch a 53 heliportů (CIA Factbook). Nejnávštěvovanější jsou stanice na Antarktickém poloostrově, který je nejsevernější a tím pádem i nejteplejší částí kontinentu.

Přestože zde vládne extrémní podnebí, není turistika v Antarktidě o moc nebezpečnější než cesty do většiny ostatních regionů světa. Turistiku v Antarktidě můžeme zařadit k extrémní, ale **bezpečnost turistů** je spolehlivě zajištěna. A ta míra rizika, která zde nepochybně je, vytváří naopak neopakovatelné kouzlo pro milovníky adrenalinových aktivit. Proto sem míří především obdivovatelé polárních krajů, lidé toužící po nevšedních zážitcích a lidé, jež rádi překonávají překážky. Je ovšem nutno říci, že cesty na Antarktidu jsou vyhrazeny movitějším turistům, protože jedna cesta tam vychází zhruba na čtvrt milionů Kč.

Největším problémem antarktické turistiky je **environmentální zátěž**, kterou vyvolává zvýšený příliv turistů na tento panenský kontinent (Kruczek 2011). Je proto otázkou, zda rozvoj antarktické turistiky neregulovat i jinak než vysokou cenou.

## Závěr

Americký kontinent je z hlediska cestovního ruchu velmi různorodé území. Vyskytují se zde jak oblasti o veliké koncentraci cestovního ruchu (například Kalifornie, Florida, ostrovy Karibiku), tak i rozsáhlá území, které nejsou a ani v budoucnu nebudou mít ani náznak jakéhokoli druhu cestovního ruchu (například severní Kanada nebo některé regiony ve vnitrozemí Brazílie). Jsou zde oblasti obrovské nabídky těchto služeb (již zmíněná oblast Karibiku) a zároveň i území, kde převládá poptávka po cestovním ruchu (hustě zalidněné státy USA). Jsou tady kulturně i ekonomicky odlišné subregiony, například Angloamerika a Latinská Amerika, mísí se tu kultury přistěhovalců a domorodých indiánů.

To vše způsobuje, že Amerika je zajímavým objektem studia cestovního ruchu a každý odborník pohybující se v tomto odvětví by měl mít alespoň základní přehled o možnostech budoucího rozvoje cestovního ruchu v Americe a o aktivitách, které se zde provozují již nyní. Tato publikace je zdrojem, který může být prvním krokem k podrobnějšímu poznání této pozoruhodné a dnes velmi aktuální problematiky.

## Použitá literatura

1. BAAB, F.E. 2011. *The Tourism Encounter. Fashioning Latin American Nations and Histories*. Stanford, CA: Stanford University Press.
2. BAUD, M. - YPEIJ, A. (eds.) 2009. *Cultural Tourism in Latin America. The Politics of Space and Imagery*. Leiden a Boston: Brill.
3. BERGER D. 2006. *The Development of Mexico's Tourism Industry: Pyramids by Day, Martinis by Night*. New York: Palgrave Macmillan.
4. BUTLER, XXXXXXXXXXXX
5. BERGER, D. - GRANT WOOD, A. (eds.) 2010. *Holiday in Mexico. Critical Reflections on Tourism and Tourist Encounters*. Durham: Duke University Press.
6. BONIFACE, B. - COOPER, CH. 2009. *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism*. Oxford: Elsevier.
7. BONIFACE, B. - COOPER, CH. 2009b. *Worldwide Destinations Casebook: The Geography of Travel and Tourism*. Oxford: Elsevier.
8. BRYAN, W.M. 1956. History and Development of Tourism in Mexico. *Proceedings of the Oklahoma Academy of Science* Vol. 37, 130-131, Dostupné na: [http://digital.library.okstate.edu/oas/oas\\_pdf/v37/p130\\_131.pdf](http://digital.library.okstate.edu/oas/oas_pdf/v37/p130_131.pdf)
9. BUTLER, R. 1980. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *The Canadian Geographer* Vol. 24(1): 5-12.
10. Caribbean Tourism Organization [online:] <http://www.onecaribbean.org>
11. CIA – FACTBOOK: *Antarctica* [online:] [https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/region/region\\_ant.html](https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/region/region_ant.html)
12. CORDINGLY, D. (1996): *Under the Black Flag: the romance, and the reality of life among the pirates*. San Diego: Harcourt Brace, 296 s.
13. GMELCH, G. (2003): *Behind the Smile: The Working Lives of Caribbean Tourism*, Bloomington: Indiana University Press
14. JACKSON, K. 1993, The world's first motel rests upon its memories. *Seattle Times*. 25.4.1993
15. KRUCZEK, Z. 2011, Tourism in the Antarctic Region. The dilemma of development and environment protection. *Current Issues of Tourism Research*, Vol. 1, č. 1, str. 19-25.
16. KUNSKÝ, J. a kol. (1964): *Zeměpis světa: Austrálie, Oceánie, oceány a polární oblasti*. Praha: Orbis
17. LEW, A.A. - HALL, C.M. - TIMOTHY, D.J. 2008. *World Geography of Tourism. A Regional Approach*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
18. MEZNÍK, I. (2011): Destinace Antarktida – naplnění cestovatelského snu. *Země a cesty*, č. 119 (2011/1), str. 1-8.



19. MOWFORTH, M. - CHARLTON, C. - MUNT, I. 2008. *Tourism and Responsibility. Perspectives from Latin America and Caribbean*. London: Routledge.
20. PATULLO, P. (1996): *Last Resorts: the Cost of Tourism in the Caribbean*. London: Cassell
21. PAWSON, M., BUISSERET, D. (1975): *Port Royal Jamaica*. Oxford : Clarendon Press, 204 s.
22. PÉREZ, A. S. (ed.) (1980): *Nueva Geografía Universal, Tomo VIII, América*. Bilbao: Asuri Ediciones.
23. RYCHTEROVÁ, P. (2006): Piráti, korzáři, bukanýři: Historie karibských pirátů v 16.-18. století. [online:] <http://dejiny.nln.cz/archiv/2006/9/pirati-korzari-bukanyri>
24. SCARPACI, J.L. 2005. *Plazas and Barrios. Heritage Tourism and Globalization in the Latin American Centro Histórico*. Tucson: University of Arizona Press.
25. VOTÝPA, J., JANOUŠKOVÁ, (1987): *Severní Amerika*, SNTK, Praha
26. WARSZYŃSKA, J. (2000): *Geografía turystyczna świata, cz. 2*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 4. vydání
27. WILLIAMS, S. 2009. *Tourism Geography. A New Synthesis*. London: Routledge.

### Internetové zdroje

1. BAEDEKER, R. (2008): America's 25 Most Visited Tourist Sites, *Forbes Traveler* [online:] <http://www.forbestraveler.com/best-lists/most-visited-us-tourist-attractions-story.html>
2. Doprava v Kanadě [online:] <http://canada.gc.ca/aboutcanada-ausujetcanada/tour/menu-eng.html>
3. Doprava v USA [online:] <http://www.usa.gov/Citizen/Topics/Travel.shtml>
4. Museum Pirates of Nassau [online:] <http://www.pirates-of-nassau.com/home.htm>
5. Muzeum Občanské války [online:] <http://www.nationalcivilwarmuseum.org>
6. Národní parky v Kanadě [online:] <http://www.pc.gc.ca/eng/index.aspx>
7. Národní parky v USA [online:] <http://www.nps.gov>
8. National Parks Foundation [online:] <http://nationalparks.org>
9. Občanská válka v cestovním ruchu [online:] <http://www.civilwartraveler.com>
10. Office of Travel and Tourist Industries [online:] <http://tinet.ita.doc.gov/pdf/2009-year-in-review.pdf>
11. SEGISYS – Segmental Infosystem [online:] <http://caribbean-guide.info>
12. Travel and Tourism [online:] [http://www40.statcan.ca/101/ind01/I3\\_4007-eng.htm?hili\\_none](http://www40.statcan.ca/101/ind01/I3_4007-eng.htm?hili_none)
13. UNWTO: World tourism barometer, Vol. 8, No 2, June 2010
14. US Forest service [online:] <http://www.fs.fed.us/land/staff/lar/index.html>

## **Použité statistické ročenky**

### *Celosvětové*

CIA Factbook

UNWTO: World tourism barometer, Vol. 8, No 2, June 2010

UNWTO: Statistical Yearbook 2010

### *Region Střední Ameriky a Mexika*

Consejo Centroamericano de Turismo - Boletín de Estadística Turística de Centroamérica 2011.

Autoridad de Turismo de Panamá - Estadísticas de Turismo 2009-2010.

Belize Tourism Board - Travel and Tourism Statistics 2008.

Corporación Salvadoreña de Turismo - Datos Estadísticos de Turismo 2010.

Instituto Costarricense de Turismo - Anuario Estadístico 2008.

Instituto Guatemalteco de Turismo - Boletín Anual de Estadística de Turismo de Guatemala 2009.

Instituto Hondureño de Turismo - Boletín de Estadísticas Turísticas 2005-2009.

Instituto Nicaraguense de Turismo - Boletín de Estadísticas de Turismo 2009.

Secretaría de Turismo - Turismo en México 2008.

### *Region Jižní Ameriky*

ATOOUT France Délégation Guyane - Le tourisme en Guyane 2010.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Peru) - Estadísticas Turísticas 2004-2009.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Kolumbie) - Estadísticas de turismo 2006-2010.

Ministerio del Poder Popular para el Turismo (Venezuela) - Estadísticas Turísticas 1998-2009.

Ministerio de Turismo (Argentina) - Anuario Estadístico de Turismo 2009.

Ministerio de Turismo (Ekvádor) - Boletín de Estadísticas Turísticas 2005-2009.

Ministerio de Turismo y Deporte (Uruguay) - Anuario Estadístico 2010.

Ministério do Turismo (Brazílie) - Anuário Estatístico 2010.

Secretaría Nacional de Turismo (Chile) - Anuario de Turismo 2009.

Secretaría Nacional de Turismo (Paraguay) - Informe Estadístico de Turismo Receptivo del Enero a Diciembre de 2.008.

# Rejstřík

## A

agroturismu., 56  
agroturismus, 65  
*Agroturistika*, 12  
agroturistiky, 12  
*aktivní*, 15  
Alej tornád, 18  
**Antarktická smlouva**, 68  
argentinská krize, 57  
argentinskou krizí, 57, 65  
*Atrakce cestovního ruchu*, 11  
atraktivita cestovního ruchu, 7, 10

## B

*Biogeografické předpoklady*, 9  
bizon, 18  
**bizona**, 27

## C

CAN, 60  
Centra pro výzkum a rozvoj karibského cestovního ruchu, 31  
*certão.*, 52  
**Cestovní ruch**, 6  
cestovního ruchu, 5  
cestovním ruchem, 7  
cestovnímu ruchu, 5

## D

Divokého západu, 19  
*domácí cestovní ruch*, 15, 22  
domorodí obyvatelé, 39, 54  
**Dopravní předpoklady**, 10  
Druhy cestovního ruchu, 14

## E

ekoturismus, 38, 50, 53, 65, 66

## F

favel, 56  
*favelas*, 56

## G

geografie cestovního ruchu, 6, 7, 61  
grizzly, 18

## H

*Hydrografické předpoklady*, 9

## I

Individuální cestovní ruch, 15  
*individuálním cestovním ruchem*, 14

## K

Kanadská komise pro cestovní ruch, 21  
Karibská turistická organizace, 31  
Karibské turistické asociace, 31  
Karibské turistické organizace, 27  
*Klimatické předpoklady*, 8  
klimatologie, 7  
komunitní turismus, 59  
kongresový, 6  
*kongresový cestovní ruch*, 14  
kongresovými, 13  
Kulturně-historické atraktivita, 11  
**Kulturně-historické předpoklady**, 9

## L

**Lázeňský cestovní ruch**, 13  
Lokalizační předpoklady, 8

## M

*masového cestovního ruchu*, 14  
*měkký cestovní ruch*, 15  
MERCOSUR, 60  
mezinárodní cestovní ruch, 9, 14, 15  
motel, 21, 71  
motely, 10, 21

## N

*neorganizovaný*, 14

## O

Občanská válka v USA (1861-1865), 19  
občanské války (1861-1865), 19  
*Objektivní předpoklady*, 9  
*organizovaný*, 14

## P

*pasivní cestovní ruch*, 15  
**polární vědecké stanice**, 68  
*potenciál krajiny*, 11  
**Poznávací cestovní ruch**, 13, 32  
**poznávacího cestovního ruchu**, 13  
**profesně (pracovně) zaměřený cestovní ruch**, 14  
*příjezdového cestovního ruchu*, 15  
*Přírodní atraktivita*, 10, 13, 35  
**Přírodní předpoklady**, 8  
**pseudocestovního ruchu**, 14

## R

Realizační předpoklady, 10  
*rekreační cestovní ruch*, 12, 32  
**Reliéf**, 8  
reliéfu, 8, 9, 37  
*religiózního (poutního) cestovního ruchu*, 13  
remitenční turismus, 47

revoluční turismus, 40  
rozvoj karibského cestovního ruchu Karibské turistické  
asociace, 31

## S

sekvoje, 18, 25  
selektivní předpoklad, 30  
Selektivní předpoklady, 9, 20, 29, 39, 55  
selektivními předpoklady, 51  
Síť komunitního turismu Latinské, 60  
*skupinový (hromadný) cestovní ruch*, 14  
*společenské faktory a předpoklady*, 8  
společnost Walta Disneye, 19  
Středoamerická turistická rada, 43  
*Subjektivní předpoklady*, 10

## T

tornáda, 18  
*Tranzitní cestovní ruch*, 15  
**Turistická infrastruktura**, 10  
turistické infrastruktury, 11, 30, 39, 43, 44, 45, 49, 50,  
51, 59, 60

*tvrdý cestovní ruch*, 15

## U

udržitelného turismu, 43, 64  
udržitelný turismus, 50  
*UNASUR*, 60  
Úřad pro cestovní ruch a turistický průmysl, 21  
Úřad pro obchod, 21

## V

*venkovský cestovní ruch*, 12  
*Volný a vázaný cestovní ruch*, 15  
*Výjezdový cestovní ruch*, 15  
Výletní lodě, 47

## Z

*zahraniční (mezinárodní) cestovní ruch*, 15  
*zážitkový a nákupní cestovní ruch*., 14  
*zážitkovým (prožitkovým) cestovním ruchem*, 14