

페루 미식 민족주의의 성격*

서지현**

| 목 차 |

- | | |
|--|--|
| I. 서론 | III. 페루 미식 민족주의(gastronomic nationalism)의 성격 |
| II. 세계화된 페루 미식, 노보 안디노(Novo Andino) 요리의 탄생 | IV. 결론 |

| 논문요약 |

1990년대 중반 이후 페루 미식 문화의 세계화는 세계화된 페루 전통 요리인, 일명 '노보 안디노 요리(Novo Andino Cuisine)'가 국내외에서 명성을 얻으면서 본격화되었다. 이러한 배경에서는 주로 유럽이나 미국에서 요리를 전문적으로 공부한 페루의 유명 셰프들의 역할이 중요하게 작용했다. 이러한 페루 미식의 세계화에 힘입어 2000년대부터 페루 정부와 요식업계, 엘리트 계층을 중심으로 '미식 민족주의'가 주창되기 시작했다. 본 연구의 목적은 페루 미식 민족주의의 성격을 파악하는 것이다. 본 연구는 페루 엘리트 계층을 중심으로 주창되는 미식 민족주의가 신자유주의적 다문화주의의 성격을 가지고 있다고 주장한다. 미식 민족주의에서 강조되는 바는 페루 '전통'을 구성하는 '원주민의 미식'이고, 원주민의 미식을 통해서 페루 사회의 통합과 포용적 발전을 도모할 수 있다고 주창된다. 하지만 이러한 다문화주의적 민족주의에서 '페루 전통'의 미식으로 자리잡을 수 있는 '원주민의 미식'은 세계화된 상품으로 전환이 가능한 경우에만 허락되는 것이다. 이처럼 페루 미식 민족주의의 다문화주의적 성격은 찰스 헤일(Charles Hale 2005)이 설명한 신자유주의적 다문화주의의 성격을 내포하고 있다고 볼 수 있다.

- 주제어: 노보 안디노 요리, 미식 민족주의, 셰프, 신자유주의적 다문화주의, 페루

* 이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2020S1A5C2A02093112).

** 부경대학교 국제지역학부 조교수

I. 서론

부의 양극화가 심화하고 실질임금은 줄어드는 가운데, 안정적인 일자리나 주거지를 마련하는 것은 한국 사회를 살아가는 서민들에겐 갈수록 어려운 일이 되고 있다. 이러한 배경에서 새로운 것이나 독특한 것을 찾아 소비하거나 과시적으로 소비하고, 그 소비를 위해 미리 당겨쓴 카드 빚을 갚고자 N-잡러가 되는 일상은 후기 산업 자본주의 사회를 살아가는 우리의 짝한 단상이 되고 있다. 어린 시절부터 치열한 경쟁 구조와 서열 매기기 사회에서 살아왔지만, 성인이 되어 열심히 일을 해도 일상의 평안함과 행복함을 좀처럼 확보하기 어려운 현실에서 한 번쯤은 한국을 떠나 살아볼 생각을 해본 한국인이 많을 듯하다. 이러한 한국 사람들도 막상 K-pop, K-드라마, K-음식, K-기술 등과 같은 K-콘텐츠 얘기에는 모두 앞다퉈 한국에 대한 자부심을 내세우는 듯하다. 어쩌다 얘기를 나누게 되는 외국인 앞에서라면 K-콘텐츠는 더더욱 어깨를 으쓱하게 만드는 주제인 듯하다. 이러한 상황은 비단 한국에만 국한되는 이야기는 아니다.

얼마 전 남미 페루 사람들을 ‘국가에 대한 자부심(orgullo nacional)’으로 가득하게 한 사건이 있었는데, 그 일은 바로 페루를 대표하는 음식으로 알려진 세비체(ceviche)와 관련 미식 문화가 유네스코(UNESCO) 무형 문화 유산으로 지정된 것이다. 페루는 2018년 일련의 부패 스캔들 이후 쿠친스키(Kuczynski) 대통령이 자진하여 사퇴한 것을 시작으로 2018년과 2024년 사이 무려 5차례 대통령이 교체되는 정치적 혼란을 겪고 있으며, 원자재 가격이 최고점에 이르렀던 2010년 이전과는 달리 최근에는 경제 성장률이 둔화하는 경향을 보이고 있다. 더욱이 페루 노동자의 2/3 이상인 약 70%가 비공식 부문에서 일하고 있다는 통계(OECD 2016)가 나올 정도로 일반 페루 서민들은 극심한 고용 불안정과 일자리 부족을 비롯해, 주거, 교통, 치안 문제 등 각종 사회 문제를 경험하고 있다. 이러한 배경에서 일반 페루 시민들의 불만은 제대로 국정을 운영하지 못하고 반복적인 부패 스캔들을 일으키는 정치인과 정부로 향해 있다. 더욱이 이러한 상황은 일시적인 현상이 아니기 때문에 일상생활에서 페루 사람들이 국가에 대한 불만이 아닌 ‘자부심’을 언급하는 경우는 매우 드문 일이다.

이러한 배경에서 페루 음식은 세계 7대 불가사의 중 하나라고 꼽히는 잉카 문명의 대표적인 유적지 마추픽추(Machu Picchu)와 더불어 페루 사람들의 ‘국가에 대한 자부심’의 근간을 형성하는 중요한 요소라고 할 수 있다.

음식을 포함해서 요리 및 식재료와 연관된 모든 활동(요리 기술, 영양, 요리법 등과 농업 활동, 농산물, 가정 내 식단 등)을 포괄하는 용어를 미식(gastronomy)이라고 정의한다(Matta 2014, 20; Aguirre-Sosa et al. 2023, 2). 미식을 연구하는 인류학자들을 중심으로 최근 페루에서 나타나고 있는 미식에 대한 자부심을 ‘미식 민족주의(gastronomic nationalism)’라고 명명하고 있다. 이러한 미식 민족주의는 1990년대 국내외에서 세계화된 페루 전통 요리인, 일명 ‘노보 안디노 요리(Novo Andino Cuisine)’가 국내외에서 명성을 얻기 시작하면서, 페루 정부 및 유명 스타 셰프들이 주창하고 있는 담론에 근거하고 있다. 음식은 단순히 인간이 살아가는데 영양을 공급하는 물질일 뿐만 아니라 개인이나 집단의 정체성을 형성하는 요소이기도 하다(박상미 2003, 62; 강주현·허윤철 2021, 29). 즉, 미식은 절대적인 미각에 따른다고 하기보다는 한 사회의 “정치, 경제, 사회, 문화 등이 복합적으로 만들어내는 산물”이라고 볼 수 있다(강주현·허윤철 2021, 29). 이러한 배경에서 본 연구는 2000년대부터 페루 정부, 요식업계 그리고 스타 셰프들을 중심으로 주창되고 있는 ‘미식 민족주의’의 실체가 무엇인지를 파악하는 것을 목적으로 한다.

페루의 사회 통합은 인종적인 측면에서는 물론이고 정치, 경제, 사회적인 측면에서 여전히 해결이 요원한 문제이다. 페루의 옴부즈만 사무소(Defensoría del Pueblo)에서 발간하는 사회분쟁 보고서에 따르면, 페루에서는 매달 200건 이상의 사회분쟁이 발생하고 있다. 2024년 1월 발간된 사회분쟁보고서는 전체 214건의 분쟁 중 약 60%에 해당하는 127건이 사회 환경 분쟁이라고 명시하고 있다(Defensoría del Pueblo 2024). 이는 페루의 자원개발과 관련하여 주로 나타나는 사회분쟁으로 페루의 발전 모델이 사회 통합을 저해하고 있음을 알 수 있다.

그렇다면 2000년대부터 페루의 엘리트들을 중심으로 주창되고, 페루의 대중들이 심상적으로 받아들이고 있는 미식 민족주의는 무엇일까? 미식 민족주의라는 이름으로 페루 정부나 엘리트들이 추진하고 있는 다문화주의적 민족주의에 기반한 페루의 발전과 사회 통합은 무엇을 의미하는 것일까? 본 연구는 페

루 엘리트 계층을 중심으로 주창되는 미식 민족주의가 신자유주의적 다문화주의의 성격을 가지고 있다고 주장한다. 미식 민족주의에서 강조되는 바는 페루 '전통'을 구성하는 '원주민의 미식'이고, 원주민의 미식을 통해서 페루 사회의 통합과 포용적 발전을 도모할 수 있다고 주장된다. 하지만 이러한 다문화주의적 민족주의에서 '페루 전통'의 미식으로 자리잡을 수 있는 '원주민의 미식'은 세계화된 상품으로 전환이 가능한 경우에만 허락되는 것이다. 이처럼 페루 미식 민족주의의 다문화주의적 성격은 찰스 헤일(Charles Hale 2005)이 설명한 신자유주의적 다문화주의의 성격을 내포하고 있다고 볼 수 있다. 본 연구는 페루 미식의 세계화 과정에서 페루 정부와 엘리트 계층에 의해 주창된 페루 미식 민족주의의 성격을 분석할 것이다.

본 연구는 다음과 같이 구성된다. 2장에서 페루 미식 세계화의 배경으로 노보 안디노 요리의 탄생에 대해 살펴본다. 3장에서는 리마의 국제 미식 축제인 미스투라(Mistura)와 스타 셰프(star chef)를 통한 미식 민족주의의 영웅 신화를 검토하면서 페루 정부와 엘리트 계층을 중심으로 주창된 페루 미식 민족주의의 성격에 대해 파악해 본다. 마지막으로 4장에서 국가와 엘리트들이 주도한 페루 미식 민족주의의 성격과 의미에 대해 논의하면서 글을 갈무리한다.

II. 세계화된 페루 미식, 노보 안디노(Novo Andino) 요리의 탄생

내전과 초인플레이션을 겪었던 1980년대를 지나 정치 신인 후지모리(Fujimori)가 1990년 대선에서 승리하면서 페루는 서서히 정치 경제적 안정을 찾았다. 특히 1990년대 신자유주의 정책과 함께 거시 경제가 회복세를 찾으면서, 도시에서 중산층이 성장하기 시작했다(Matta 2014, 20). 중산층의 성장에 따라 소비가 가속화되었으며, 세계화에 따른 글로벌 문화의 유입이 이뤄지면서 리마의 중산층 젊은이들을 중심으로 새로운 소비 취향이 형성되기 시작했다(Ypeij 2013, 74; Matta 2014, 20; Matta 2016, 342). 이러한 배경에서 도시를 중심으로 미식에 관한 관심도 높아졌다(Matta 2016, 342). 한편,

산티아고 데 칠레(Santiago de Chile), 부에노스 아이레스(Buenos Aires), 보고타(Bogotá) 등과 같은 라틴아메리카의 주요 도시뿐만 아니라 전 세계 곳곳에서 페루 출신 이민자들이 식당을 열고, 사람들이 페루 음식을 맛보게 되면서 페루 밖 지역에서도 페루 음식에 관한 관심이 높아지기 시작했다(Morales & Cordova 2019, 158).

특히 페루 음식에 대한 국내외적 인식이 높아지게 된 배경에는 1990년대부터 주목받기 시작한 스타 셰프들의 역할이 있었다. 페루를 대표하는 스타 셰프인 가스통 아쿠리오(Gastón Acurio)를 필두로 비르힐리오 마르티네스(Virgilio Martínez), 마르틴 모랄레스(Martín Morales)와 같은 유명 스타 셰프들은 '전통'적인 페루 음식 혹은 식재료를 이용해 페루 음식을 세계화하는데 일조했다. 이들은 리마를 비롯한 국내외 주요 도시에 페루 식당을 열어 '세계화된' 페루 전통 요리, 일명 '노보 안디노(Novo Andino)' 요리를 만들고 홍보하는 데 중요한 역할을 했다(Passidomo 2017, 81)(<그림 1>과 <그림 2> 참고).

<그림 1> 노보 안디노 스타일 세비체¹⁾



▪ 저자 촬영

1) <그림 1>은 리마의 대표적인 중상층 주거지이자 관광지인 미라 플로레스(Miraflores)의 한 고급 식당의 메뉴 중 하나인 세비체이다. 페루를 대표하는 음식인 세비체는 주로 흰 살 생선을 라임에 절여 양파, 고수, 고추, 유카(yuca), 고구마 등과 곁들여 먹는 요리인데, 노보 안디노 요리로 재해석되어 나온 세비체는 그 재료의 구성이나 플레이팅(plating)이 일반적인 세비체에 비해 화려하다.

<그림 2> 노보 안디노 스타일 퀴노아 차우파2)



▪ 저자 촬영

또한 이들은 페루의 ‘전통’ 음식을 소개하는 요리책을 출간하거나, TV쇼를 진행하고, SNS를 통한 홍보활동에 적극적으로 참여함으로써 ‘페루’ 음식을 전 세계에 알리는 전도사 역할을 자처했다(Passidomo 2017, 81). 이들의 활약에 힘입어 페루의 도시 엘리트들 역시 전 세계적 명성을 얻은 ‘페루’의 ‘전통’ 음식에 새롭게 관심을 가지게 되었고, 미디어 역시 페루를 대표하는 스타 셰프들과 그들의 국내외 식당, 그리고 그 식당에서 새롭게 재탄생한 ‘페루’ 요리인 노보 안디노 요리에 주목하기 시작했다.

이처럼 스타 셰프들의 활약에 힘입어 페루 음식이 세계화되기 이전까지만 해도 이들 셰프가 탄생시킨 노보 안디노 요리에서 중요하게 활용되는 전통 음식이나 식재료는 주로 원주민, 가난함, 비위생성, 안데스와 아마존 등과 지방과 연결되어, 전혀 도시 중산층의 주목을 받지 못했다(Matta 2011; McDonell 2024, 89). 오히려 페루 엘리트 계층은 오랫동안 안데스 지역을 대표하는 작물인 코카(coca), 퀴노아(quinoa) 혹은 안데스 지역을 대표하는 음식인 치차(chicha)와 쿠이(cuy) 혹은 알파카(alpaca) 요리 등을 ‘원주민의 음식’으로 평가절하하고, 소비하지 않았다(Morales & Cordova 2019, 166; McDonell

2) <그림 2>는 페루의 대표적인 관광지인 쿠스코의 한 고급 식당의 메뉴 중 하나였던 퀴노아 차우파(Quinoa Chaufa)이다. 차우파(chaufa)는 페루화 된 중국 요리인 볶음밥의 일종인데, 밥 대신 안데스의 작물인 퀴노아를 이용해 재해석한 노보 안디노 요리이다.

2024, 85). 이처럼 리마 엘리트들에게 비가시화되었던 안데스 혹은 아마존의 식재료와 미식 문화는 국내외에서 이국적이고 독특한 음식을 맛보고자 하는 소비자들이 늘어남에 따라 세계화된 페루의 미식 문화에서 빠질 수 없는 핵심 요소가 되었고, 결과적으로 페루의 엘리트 계층뿐만 아니라 페루 대중들은 그동안 멸시와 경시의 대상이었던 ‘원주민의 음식’ 혹은 ‘전통 음식’의 가치를 재평가하고 적극적으로 받아들이기 시작했다. 따라서 페루 미식 세계화의 근간에는 안데스와 아마존 지역의 원주민들이 전통적으로 먹어 온 요리나 그 조리법, 혹은 식재료, 다시 말해 ‘원주민의 미식 문화’가 중요한 역할을 했음을 알 수 있다. 갈수록 독특하고 새로운 미식 혹은 영양이 풍부한 미식을 찾는 전 세계 미식가들에게 페루의 전통 ‘원주민의 미식 문화’는 충분히 호소력을 가졌고, 이렇게 세계화된 원주민의 미식은 도시 엘리트들이 ‘페루’의 것으로 받아들일 수 있는 기반을 마련했다.

하지만 이러한 ‘원주민의 미식 문화’는 전통적인 식재료 생산자 혹은 전통적인 음식 소비자들이 아닌 스타 셰프의 창의성과 기술을 통해서만 세계화되고, ‘페루’를 대표하는 음식으로 재탄생할 수 있는 것이었다. 대표적인 스타 셰프인 가스통의 경우 페루 명문 정치인 집안 출신으로 1980년대 법학 공부를 위해 스페인으로 유학을 떠났다가, 중간에 학업을 중단하고 전문적으로 요리 공부를 시작했다. 이후 프랑스 파리의 유명 요리학교인 르 꼬르동 블루(Le Cordon Bleu)에서 유학하고 독일 출신의 아내 아스트리드 귀쉬(Astrid Guische)와 페루로 돌아와 중상층 거주지가 밀집한 리마의 미라플로레스(Miraflores)에서 고급 프랑스 식당을 열었다(Ypeij 2013, 75; Passidomo 2017, 438; McDonell 2019, 3). 하지만 몇 년 후 가스통은 이 식당에서 ‘페루’ 요리를 내놓기 시작했는데, 가스통이 내놓은 페루 요리는 세계화된 페루 요리인 노보 안디노 요리였다(McDonell 2019, 3). 즉, 가스통은 페루의 전통적인 식재료와 요리를 유럽에서 배운 요리 기술과 플레이팅(plating)을 통해 세계적인 미식의 기준에 부합하도록 재탄생시켜 자신의 식당에서 선보인 것이다.

이처럼 전통 식재료와 요리를 재해석한 노보 안디노 요리는 유럽이나 미국에서 요리를 공부한 유명 셰프의 손을 거쳐 재해석되고, 세계적인 기준에 부합하는 요리로 재탄생되었다. 노보 안디노 요리는 세계적인 요리 기술과 기준에 대한 지식을 가진 엘리트 출신 유명 셰프들의 전통적인 ‘원주민의 미

식 문화'에 대한 재평가와 재해석을 통해서 전 세계 미식가, 관광객, 그리고 페루 엘리트 계층에게 '페루(를 대표하는) 요리'로 자리잡게 되었다. 따라서 노보 안디노 요리는 백인 엘리트와 도시 중산층의 '크리오요적인 것(lo criollo)³⁾과 페루의 전통을 상징하는 '원주민적인 것'이 조화를 이룬 다문화주의적 민족주의를 재현한 결과라고 해석될 수 있는 것이었다. 이러한 노보 안디노 요리의 성공은 한편으로는 세계화된 미식이 페루 정부와 엘리트 계층이 주창하는 다문화주의적 민족주의의 한 축에 자리하게 되는 계기를 마련했다. 또 다른 한편으로는 세계화된 미식의 성공 사례들을 통해 페루 대중들이 '페루에 대한 자부심(orgullo nacional)'을 가지고, 자신들도 세계화된 페루 미식이 만든 기회를 자신의 것으로 만들고자 하는 대열에 합류하게 되는 계기를 마련하기도 했다. 아래에서는 2000년대부터 페루에서 자리잡게 된 미식 민족주의의 성격에 대해 구체적으로 살펴보기로 한다.

Ⅲ. 페루 미식 민족주의(gastronomic nationalism)의 성격

1980년대 페루는 공산당의 분파였던 센테로 루미노소(Sendero Luminoso)의 무장 혁명과 국가의 폭력적 대응으로 정치적 폭력이 심각한 수준에 이르렀다. 1990년대 초 정치적 폭력이 잦아들면서 페루에서는 국제 무역과 관광 등을 재개하기 위해 국가의 이미지를 다시 만들어야 할 필요성이 제기되었다. 이러한 배경에서 페루의 세계화된 미식이 국내외적으로 관심을 받기 시작하면서, 미식은 다문화 국가로서의 페루의 새로운 이미지와 비전을 만드는 데, 중요한 요소로 자리잡기 시작했다. 즉, 페루 미식 문화는 다문화 국가로서 사회 통합과 발전을 추진할 수 있는 연결고리 중 하나로 자리 잡았고, 이러한 배경에서 미식 민족주의는 새로운 국가 발전 프로젝트의 일환으로 자리 잡았다(Corona & Matta 2020, 81). 즉, 노보 안디노 요리로 상징되는

3) 크리오요적인 것은 “스페인 식민 지배 과정에서 지역적으로는 주로 리마에 위치한 해안 지역에 거주하며, 정치, 경제, 사회, 문화적 우위를 점한 지배 [엘리트]층과 그들의 문화를 일컫는다”(서지현 2024, 112).

세계화된 페루의 미식은 전통적인 문화(원주민의 미식)와 현대적 문화(세계화된 요리 기술과 지식)의 조화를 통해 경제 성장의 기회를 마련할 뿐만 아니라 다문화적 사회 통합을 통한 포용적 성장의 이미지를 구축할 기회를 제공했다. 따라서 페루 정부는 미식 민족주의를 통해 대외적으로는 다문화적인 페루의 독특한 정체성을 통해 매력 있는 방문지 혹은 투자처가 될 수 있는 이미지를 구축하고자 했고, 대내적으로는 내전의 상흔에서 벗어나 사회 통합을 구축하고 포용적 성장을 도모할 기회를 제공하고자 했다. 하지만 이러한 미식 민족주의에서 드러난 다문화주의적 민족주의 성격은 신자유주의적 다문화주의의 성격을 가지고 있다. 한편으로는 다문화적 이미지 구축을 통해 경제 성장의 기회를 마련하고자 했고, 또 다른 한편으로는 경제적 기회에 페루의 대중들이 참여하도록 함으로써 포용적 성장이라는 이미지를 구축하고자 했다. 다만 안데스나 아마존 지역 혹은 농촌 지역의 다문화적 사회 구성원들이 포용적 성장의 기회에 참여할 수 있으려면 ‘다문화적’ 요소를 갖추되 스타 셰프들이 그러했듯 ‘세계적 기준’에 부합할 수 있도록 역량을 강화해야 가능한 일이었다. 다시 말해, 미식 민족주의에 내재한 다문화주의적 민족주의는 신자유주의적 자본주의에서 ‘다문화적’ 요소의 활용을 통해 경제 성장의 기회를 창출하고 세계화된 자본주의의 논리에 부응하는 문화적 주체를 형성하는 신자유주의적 다문화주의의 성격을 내포하고 있다고 볼 수 있다(Hale 2004, 17). 본 장에서는 이러한 페루 미식 민족주의의 성격을 페루의 국제 미식 축제인 ‘미스투라(Mistura)’와 미식 민족주의 영웅 신화를 통해 살펴보려고 한다.

1. 미스투라(Mistura): 페루의 국제 미식 축제

2007년 페루 미식 문화는 국가 문화유산으로 지정되었다. 페루 문화부(Ministerio de Cultura)의 보고서에 따르면, 페루 미식 문화가 국가 문화유산으로 지정된 것은 페루 미식이 전통적 지식과 믿음에 기반해서 보존해야 할 가치가 있으며, 이 때문에 인류의 미식 문화에 공헌하며, 페루의 관광객 유치에도 기여하는 바가 높기 때문이라고 평가했다(Matta 2016, 342). 특히 페루 미식 문화는 전국에 분포된 생물적 다양성과 문화적 다양성을 대표하

는 문화유산으로 그 가치를 보존할 가치가 있다고 보았다(Passidomo 2017, 430). 미식 문화를 국가 문화유산으로 지정한 이듬해인 2008년에는 국제 미식 축제(Feria Gastronómica Internacional de Lima)인 미스투라(Mistura)를 리마에서 개최했다. 2008년 첫 국제 미식 축제는 ‘페루, 무초 구스토(Perú, Mucho Gusto)’⁴⁾라는 이름으로 리마의 미라 플로레스에서 개최되었다. 하지만 이듬해부터 페루 미식 협회(Sociedad Peruana de Gastronomía: 이하 APEGA)가 축제를 주관하게 되면서 미스투라(Mistura)라는 이름으로 개최하게 되었다. 미스투라는 원래 다양한 꽃, 줄기, 열매 등으로 구성된 작은 꽃다발을 의미하는데, 다양한 미식 문화가 ‘혼합(mezcla)’된 축제라는 의미로 이해할 수 있다(Corona & Matta 2020, 83). 미스투라는 2008년부터 2017년⁵⁾까지 10년 동안 리마의 다양한 지역에서 개최되면서 페루뿐 아니라 라틴아메리카를 대표하는 국제 미식 축제로 자리 잡았다. 해를 거듭할수록 국내외 방문객이 증가하면서 2008년 첫 해 2만 3천여 명 정도가 방문했던 미스투라에 2017년 30만 명 이상이 방문했다(*La República* 2023/05/13).⁶⁾

-
- 4) 구스토(gusto)는 스페인어로 맛, 미각, 즐거움을 의미하여, 무초 구스토는 다양한 맛, 미각을 의미하지만, 무초 구스토(mucho gusto)는 ‘만나서 반갑다’라는 의미도 가진다. 따라서 ‘페루, 무초 구스토’는 ‘다양한 맛의 나라, 페루’ 혹은 ‘페루, 만나서 반가워요’라는 이중적 의미가 있다.
- 5) 2018년 미스투라 개최를 앞두고 APEGA는 장소 선정으로 고심했는데, 장소 선정에 어려움을 겪으면서 개최일이 무한 연기되었고, 2019년에는 리마가 아닌 다른 도시에서 개최하려 했으나 결국 개최되지 못했다(*La República* 2023/05/13). 2020년에는 COVID-19 발발로 미스투라의 개최는 무한 연기되었다. 한편, 2023년 11월 미스투라는 APEGA가 아닌 페루 무역 관광부(MINCETUR) 산하의 수출 관광 진흥청(PROMPERU)의 주관으로 ‘페루, 무초 구스토’라는 이름으로 재개되었다(*El Peruano* 2023/11/22).
- 6) 필자는 2011년 9월 리마 중심부 구도심(Cercado de Lima)에 위치한 박람회 기념 공원(Parque de la Exposición)에서 10일간 진행되었던 제4회 미스투라에 방문했다. 당시 특히 인상적이었던 것은 국내외 많은 관광객으로 인해 행사가 인산인해를 이뤄 축제 장소가 매우 혼잡했던 점과 리마에만 있으면 맛볼 수 없는 타카초 콘 세시나(tacacho con cecina, <그림 3>), 코스티야 알 라 파리아(Costilla a la parrilla, <그림 4>) 등 페루의 여러 지역의 음식을 맛볼 수 있었던 점이었다. 음식과 더불어 미스투라는 전국에서 생산하는 다양한 농산물 등을 전시 또는 홍보하고, 미식 문화를 소개하거나 미식과 관련된 쟁점을 다루는 포럼 및 세미나가 개최되는 장이 열리기도 한다. 필자가 방문했을 당시에는 한 부스에서 열대우림 지역에서 생산하는 커피와 카카오를 생산자들이 직접 자신들의 상품을 전시하고, 홍보하고 있었던 기억이 있다. 당시 카카오 부스에서는 직접 생산하여 제조한 초콜릿을 다양한 형태로 방문객들이 맛볼 수 있게 홍보하고 있었는데, 초콜릿을 맛볼 수 있도록 만들어진 초콜릿 분수 근처에 많은 어린이 손님이 몰려서 혼잡했던 기억이 있다. 또한, 카카오 홍보 부스에는 “페루의 카카오와 초콜릿,

미스투라에는 페루 전국에서 엄격한 선정 과정을 거쳐 통과한 각 지역을 대표하는 요리와 요리사 혹은 식당들이 참여한다. 미스투라에 참가하고자 하는 요리사 혹은 식당은 고품질의 식단과 요리, 높은 수준의 서비스 등을 제공할 수 있는 심사 기준을 통과해야 비로소 미스투라에 참가할 수 있다 (Corona & Matta 2020, 83). 또한 주최 측은 미스투라의 구성이 가능하면 다양한 페루의 미식 문화로 구성될 수 있도록 선정 과정에서 노력해야 한다 (Corona & Matta 2020, 83). 결과적으로 미스투라에 참여하는 방문객들은 페루의 해안, 고산, 열대우림 등 다양한 지역을 대표하는 미식 문화뿐만 아니라 다양한 미식 문화가 혼합된 미식 문화, 가령 이탈리아식 페루 미식 문화, 중국식 페루 미식 문화, 일본식 페루 미식[일명 니케이(Nikkei) 미식] 등 다양한 미식 문화의 향연을 즐길 수 있게 된다(Corono & Matta 2020, 83).

<그림 3> 타카초 콘 세시나⁷⁾



리마의 골칫거리인 교통 문제에서 탈출할 수 있는 유일한 만병통치약”이라고 재치 있는 홍보 안내 팻말을 내걸어줘 웃음을 자아내기도 했다. 역시 골치 아픈 도시 사회 문제를 잠시 잊고 위로할 수 있는 건 페루나 한국이나 음식밖에 없는 것인가!

7) 페루의 미식(Comida Peruana), <https://www.comidaperuana.info/2018/06/tacacho-con-cecina.html>. (2024년 5월 2일 검색)

<그림 4> 코스티야 알 라 파리아⁸⁾



이처럼 페루 미식 문화의 향연을 즐길 수 있는 미스투라는 2009~2017년 사이 페루 미식 협회인 APEGA가 주관했다. APEGA는 2007년 설립된 비영리 단체로, 페루의 주요 미식 단체, 영양학자, 요식업체, 요리사, 학자, 언론가 등이 참여하는 단체이다. APEGA의 주요 목표는 페루 미식을 문화 정체성을 이루는 기초로 삼고 경제 발전, 진보, 모든 페루인의 복지(bienestar)를 도모하는 것, 페루의 생물 다양성의 우수성을 널리 알리고 보존하는 것, 미식의 발전을 위해 일할 미래 세대를 지원하는 것, 미식 가치 사슬에서 소규모 생산자들의 역할을 재평가하고 지방의 요리사들을 지원하는 것이다⁹⁾. 다시 말해, APEGA는 미식을 통한 페루의 경제 발전과 포용적 성장을 강조하고, 페루의 미식 문화를 구성하는 생물적·문화적 다양성을 활용, 홍보, 보존하는 것을 목표로 하고 있다. 따라서 APEGA가 페루의 국제 음식 축제를 초기부터 주관하는 것에 적극적이었던 것은 당연한 결과였다. APEGA의 설립자의 일원이자 총괄이사였던 마리아노 발데라마(Mariano Valderrama)는 2012년 APEGA의 역할을 미식 관광을 활성화하고 사회적으로 포용적 성장을 도모하는 것이라고 강조했다(García 2013, 510).

8) Guzman Negrini (2015), "Peru: Half a million diners expected to flock to Mistura food fair this year", <https://andina.pe/ingles/noticia-peru-half-a-million-diners-expected-to-flock-to-mistura-food-fair-this-year-573461.aspx>. (2024년 5월 2일 검색)

9) 국제 미스투라(Mistura Internacional), <https://mistura.pe/apega/>. (2024년 5월 2일 검색)

한편 미스투라는 페루의 문화적 다양성을 보여줄 수 있는 다양한 지역을 대표하는 음식 소개의 장이 될 뿐 아니라 페루의 생물적 다양성을 보여줄 수 있는 다양한 작물의 생산자들이 자신들의 농산물을 홍보하고 전시할 수 있는 장이기도 했다. 미스투라 기간 ‘그란 메르카도(Gran Mercado)’라는 프로젝트도 진행되었는데, 이는 전국 각지에서 생산되는 농산물들을 전시하고 홍보할 기회를 제공함으로써 미식 프로젝트를 통한 포용적 성장을 도모하기 위한 노력이었다(Corona & Matta 2020, 83). 특히 그란 메르카도 프로젝트에 농민과 원주민의 참여를 도모함으로써 미식 민족주의가 강조하는 문화적·생물적 다양성에 기반한 다문화주의적 민족주의를 통한 발전과 사회 통합을 도모하고자 한 것이다.

다만 미스투라에 참여할 수 있는 전통적인 요리 혹은 요리법, 다양한 작물(생물 자원)은 그 전통성이나 다양성만으로는 참여가 허용되지 않았다. 즉 국내외 관광객이나 투자자들의 기준에 호소할 수 있는 국제적 혹은 시장의 기준에 부합할 때만 참여가 허용되었다. 가령 앞서 언급한 바와 같이 미스투라에 참여하는 요리사 혹은 식당은 참가할 수 있는 심사 기준을 통과해야 했는데, 이는 그란 메르카도에 참여하는 농작물 생산자들 또한 예외가 아니었다. 이러한 기준 중에는 높은 품질과 서비스의 수준이 포함되며, 이러한 기준은 주로 시장의 소비자 혹은 국제적 투자자나 관광객의 구미에 들어맞아야 하는 것이었다. 가령 APEGA의 총괄이사였던 마리아노 발데라마(Mariano Valderrama)는 페루 미식의 발전을 위해 가장 먼저 개선되어야 하는 측면에 위생 문제라고 지적했다. 미스투라라는 행사를 성공적으로 치르기 위해서 국내외 방문객의 구미에 맞는 요리 전시 혹은 판매대의 위생, 축제에서 일하는 사람들의 위생 상태의 개선이 필요함을 강조했다(García 2013, 510).

이처럼 2008년부터 2017년 사이 리마에서 개최된 페루의 국제 미식 축제인 미스투라는 그 이름과 같이 페루가 가진 문화적·생물적 다양성을 전시 혹은 홍보하는 미식 민족주의 프로젝트의 대표적인 사례라고 볼 수 있다. 즉, APEGA를 비롯한 페루 국가 및 엘리트 계층은 미스투라를 통해 페루의 미식 문화가 가진 다양성을 글로벌 기준에 부합하도록 개선함으로써 페루가 경제 성장할 기회를 도모하는 한편, 그동안 소외되거나 배제되었던 지역 주민들이 그들의 전통문화와 생물 다양성을 활용하여 발전할 기회를 제공하여

사회 통합에 기여하고자 했다. 미스투라가 개최되는 10년 동안 해를 거듭하면서 많은 국내외 방문객이 축제를 찾았고, 이를 통해 페루인들이 ‘국가에 대한 자부심(orgullo nacional)’을 다시 확인하는 계기를 제공했다.

하지만 미식 민족주의가 추구하는 다문화적 민족주의에서 나타나는 다양성에 대한 수용은 상호적이지 않다. 미스투라에 참여할 기회는 국가나 APEGA가 추구하는 다문화적 민족주의의 기준에 부합할 때만 허용되는 것이었다. 다시 말해, 오랜 기간 페루의 여러 지역의 미식 문화를 굳건하게 유지해 왔던 주체들, 가령 각 가정의 요리를 담당해 왔던 수많은 할머니와 어머니들을 포함한 여성들, 공식화되거나 화려하지 않은 일반 식당에서 혹은 도시의 길거리 매대에서 요리를 만들어 온 평범한 요리사들, 농촌 각지의 소규모 생산자들의 역할은 가시화되지 못하고, 전통을 국제적 기준에 맞출 수 있는 기술과 지식을 보유한 요리사와 식당들만이 ‘페루’를 대표하는 미식 문화의 구성원으로 참여할 수 있는 것이다. 따라서 미스투라와 같은 미식 민족주의의 다문화적 재현은 문화적 다양성이 페루를 대표하는 ‘상품(관광 상품 혹은 수출 상품)’으로서 가치를 인정받을 때만 허용되는 것이었다. 이러한 측면에서 페루 미식 민족주의의 성격은 신자유주의적 다문화주의의 성격을 띠고 있다고 볼 수 있다(Matta 2011, 204).

하지만 강주현·허윤철(2021)이 언급하고 있듯, “대중이 선호하는 음식 문화와 맞은 그 사회의 산물이며, 시대와 세대, 국가마다 다를 뿐 그것이 절대적 우열을 갖는다고 볼 수 없다”(강주현·허윤철 2021, 31). 따라서 글로벌 기준에 부합하고 상품으로서의 가치가 있는 미식 문화만이 의미가 있다고 볼 수는 없다. 앞서 언급한 바와 같이 페루인은 대체로 페루의 음식에 대한 자부심이 있다. 이들이 미식 문화에 대한 자부심이 높지만, 일반적으로 페루 음식에 대한 자부심은 노보 안디노 요리와 같이 세계화된 요리만을 지칭하지는 않는다. 가령, 유네스코 문화유산에 등재된 세비체는 <그림 1>에서 보는 바와 같이 고급 식당에서 화려한 플레이팅과 식재료로 내놓는 세비체의 형태로 등재된 것이 아니다. 세비체는 지역마다, 가정마다 다양한 손맛과 추억으로 자부심을 느낄만한 전통으로 자리잡고 있다. 얼마 전 한국에서 유학하고 있는 페루 학생과 면담하다가 “무엇이 페루 정체성 대표하는 음식”이냐고 질문을 던져보았다. 이 학생 역시 여느 일반 페루 사람과 마찬가지로

페루 음식을 통한 국가에 대한 자부심이 높았지만, 학생의 대답은 의외였다. 이 학생이 자부심을 느끼고, 그리워하고 먹고 싶은 ‘페루’ 음식은 엄마가 만든 집에서 먹던 ‘페루’ 음식이라는 것이다. “이 음식이 왜 페루의 정체성을 대표하는가”라는 질문에, 학생은 집안 대대로 전통으로 전해져 내려온 음식¹⁰⁾이고, 가족과 공유한 추억, 이야기, 정성이 깃든 요리이기 때문이라고 답했다. 즉, 일반 페루 사람들이 느끼는 페루 미식 문화에 대한 자부심은 페루 정부나 APEGA가 미스투라에서 전시하고 홍보하거나, 유명 셰프들이 고급 식당에서 내어놓는 세계화된 페루 음식인 노보 안디노 음식을 의미하지 않았다. 다시 말해, 일반 페루인에게 자부심을 주는 페루 음식은 세대를 거쳐 전해져온 할머니 혹은 어머니의 전통 요리였던 것이다.

유사한 맥락에서 필자가 페루의 대표적인 관광지인 쿠스코를 방문했을 때, 이 지역을 대표하는 음식이 무엇인지 현지인에게 질문한 적이 있다. 그러자 질문을 받은 현지인은 어느 페루 사람과 마찬가지로 페루 음식에 대한 자부심으로 한참 얘기를 이어 나갔다. 그러고는 지역을 대표하는 음식과 관광객들이 주로 먹는 음식을 구분하여 지역민들이 먹는 식당을 소개했다. 관광객들이 주로 가는 “노보 안디노” 요리는 지역이나 페루를 대표하는 진정한 음식이 아니라는 것이다. 이는 페루의 일반 대중이 생각하는 페루 미식 문화에 대한 자부심과 페루 정부나 엘리트들이 제시하는 미식 민족주의가 표방하는 미식 문화에 대한 자부심의 의미에 차이가 있음을 방증한다. 여기서 페루의 일반 대중들이 생각하는 국가적 자부심인 미식 문화는 가족들과 교류하고 추억이 있는 미식, 늘 먹어왔던 익숙한 음식, 다양한 방식으로 조리된 음식과 관계있다. 반면, 정부와 엘리트들이 미식 민족주의에 강조하는 ‘페루’의 미식 문화는 세계화된 기준에 부합하고 상품화될 만한 가치가 있는 미식 문화인 것이다. 그럼에도 불구하고 국가와 엘리트들이 주창하는 미식 민족주의 프로젝트에는 많은 페루인이 포용적 발전의 기회로 인식하고 자발

10) 학생은 리마 출신의 페루인이고 본인은 리마 사람(limeña)이라고 자신을 소개하지만, 많은 리마 사람이 그러하듯 부모나 조상 중 한 명은 안데스 고산 혹은 아마존 열대우림 출신인 경우가 허다하다. 역시 이 학생도 본인의 어머니는 안데스 고산 지역 출신이고, 아버지의 부모님들은 아마존 열대우림 출신이라고 언급했다. 학생이 집안 대대로 전해져온 음식을 얘기하면서 가정식 요리가 페루 전통 음식이라고 언급한 지점은 아마도 세대를 거치면서 가족 내에서 페루의 다양한 문화의 교차와 중첩을 통해 형성되어 온 다문화적 성격을 의미한 것이 아니었을까 생각된다.

적이고 적극적으로 참여하고 있다. 이는 유명 셰프들의 성공담에 근거한 미식 민족주의의 영웅 신화와 이러한 영웅 신화 재현을 위한 개인 차원에서의 자발적 노력을 통해 이뤄진다. 이와 관련해서 아래에서 자세히 살펴보자.

2. 미식 민족주의의 영웅 신화

페루의 미식 민족주의는 스타 셰프들을 통한 영웅 신화를 통해 포용적인 성장 가능성을 제시하고 있다. 가스통 아쿠리오(Gastón Acurio), 비르힐리오 마르티네스(Virgilio Martínez), 페드로 미겔 시아피노(Pedro Miguel Schiaffino) 등과 같은 페루를 대표하는 스타 셰프 등은 전 세계에 식당을 보유하고 있다. 가령 가스통의 경우 8개 국가에서 40개 이상의 식당을 보유하고 있는 것으로 알려지며, 요리책을 출간하고 TV 프로그램을 진행하는 것은 물론 국내외에서 높은 미디어 노출을 통해 해외에 ‘페루’ 음식을 알리는 대외활동을 통해 미식 민족주의의 첨병 역할을 하고 있다(McDonell 2019, 4-5). 이들 스타 셰프가 노보 안디노 요리와 같이 세계화된 ‘페루’ 음식을 만들고 재현하기 위해 강조하는 것은 전국 방방곡곡의 ‘숨겨졌던’ 미식 문화와 식재료를 발견하고 재평가하는 것이다. 이러한 스타 셰프들의 활동은 그들이 배웠던 서구의 것을 그대로 답습하지 않고 전통과 다양성을 재발견하는 “탈식민적 프로젝트(decolonizing project)”로 평가되며, 때문에 국가에 대한 자부심을 높이는 민족주의적 프로젝트로 평가된다(McDonell 2019, 5). 가령, 2014년 방영된 <가스통의 부엌, Buscando a Gastón>이라는 다큐멘터리는 국가적 영웅이라고 불리는 스타 셰프 가스통이 미식을 통해 페루는 변화시키기 위해 전국의 미식 문화를 탐방하는 내용을 담고 있다. 안테스와 아마존 농촌 지역과 도시에 위치한 거리의 음식들을 탐방하며 가스통에 의해 새롭게 ‘발견’되는 음식은 포용적인 발전을 추구하는 가스통이라는 민족주의적 영웅 신화를 만들어내는데 일조한다(Corona & Manna 2020, 85). 가스통은 전국에 ‘숨겨져’ 있던 미식 문화를 탐방하고, 그 가치를 새롭게 ‘발견’해냄으로써 그동안 저평가되었던 가치의 재발견과 재정립을 통해 ‘가치’있는 페루 미식 문화를 형성하는 것이다.

하지만 이처럼 스타 셰프를 통해 구현되는 미식 민족주의의 영웅 신화는

‘숨겨져’ 있던 가치를 ‘발견’하여 페루 미식 문화를 세계화되고 고급스러운 미식 문화로 탈바꿈시킨 스타 셰프의 영웅적 행보에 초점을 맞추면서 세대를 거쳐 전통 미식 문화를 생산하고 소비해 온 이들을 비가시화하면서 만들어졌다(McDonell 2019, 8). 더욱이 세계화되고 고급스럽게 탈바꿈한 ‘페루’ 미식을 재현하는 스타 셰프들의 레스토랑은 대부분이 리마 혹은 도시의 주요 지역에 위치하고 있다. 가스통을 비롯한 스타 셰프들은 주로 백인 남성으로 주로 서구에서 교육을 받았다(Corona & Matta 2020, 87). 따라서 미식 민족주의 영웅들은 리마 밖의 발전 가능성을 ‘발견’하고 ‘가치’를 재평가할 수 있는 서구에서 ‘훈련’ 받아 전문적 지식과 기술을 가진 백인 엘리트 계층인 것이다(McDonell 2019, 12). 즉, 미식 민족주의의 영웅 신화에 내재한 문제는 전국 미식 문화의 다양성의 가치를 강조하지만, 그 다양성의 차이에 내재하고 있는 불균등한 권력관계에 대해서는 언급하지 않는다는 점이다. 가령 도시 엘리트 출신의 스타 셰프와 전통적인 음식 생산 및 소비자 간의 위계 관계는 언급되지 않는다(Lossio 2007, 4).

이러한 위계적 측면이 드러나지 않은 미식 민족주의의 영웅 신화는 다양한 미식 문화 자원을 가진 주체들이 자연스럽게 미식 민족주의 프로젝트의 기회에 참여하고, 포용적 발전에 동참할 수 있다고 강조한다. 즉, 스타 셰프들이 강조하는 세계화된 전문성을 각 개인이 길러 스타 셰프의 성취를 재현할 수 있다고 본다(Corona & Matta 2020, 86). 가령 2003년 가스통이 진행한 TV 프로그램인 <미식 탐험, Aventura Culinaria>에서 가스통은 페루의 다양한 지역의 미식 문화와 식재료를 보여주는데, 이러한 다양한 미식 문화와 식재료를 재해석할 수 있는 지식과 기술의 중요성을 강조한다(Matta 2016, 342). 즉, 스타 셰프들이 전통적 미식 문화를 활용하여 국내외적으로 성공을 거둔 영웅 신화를 통해 개인의 기업가적 합리성, 자율, 개인의 책임성 등이 강조된다(Matta 2014, 22). 이처럼 스타 셰프들의 성공 신화가 미디어를 통해 반복적으로 노출되면서 미식 문화 자원을 가진 개인들은 스타 셰프와 같이 기술을 연마하고 기업가적 합리성을 담지하여, 식당을 열고, 페루의 미식을 전 세계에 알리고, 빈곤에서 벗어나는 미식 민족주의의 영웅 신화에 동참할 수 있다고 믿게 된다(Matta 2014, 23). 가령 이러한 스타 셰프의 영웅 신화에 동참하고자 하는 많은 청년이 스타 셰프를 꿈꾸며, 요리학교에

등록한다(Lasater-Wille 2018, 235). 이들도 스타 셰프와 같이 개인 역량 강화를 통해 미식 문화를 발전의 기회로 삼고, 국가 발전을 위한 영웅이 되길 꿈꾸는 것이다. 이러한 배경에서 20년 전만 해도 존재하지 않았던 요리학교가 기하급수적으로 늘어나기 시작했다(Lasater-Wille 2018, 235). 2010년의 경우, 8만 명 이상의 청년이 요리사를 직업으로 선택했고, 전국적으로 80개의 요리학교가 생겼다(Matta 2014, 17). 최근에는 리마의 유명 대학교들에서도 속속 미식 관련 학과들을 열고 있다. 리마에 위치한 페루 최고 대학교 중 하나인 가톨릭 대학(Pontificia Universidad Católica del Perú)의 경우, 2016년 대학 위원회가 미식, 호텔 및 관광학부(Facultad de Gastronomía, Hotelería y Turismo)를 만드는 데 동의하고, 2019년 처음으로 미식 프로그램과 관련된 수업을 개설했다.¹¹⁾ 같은 맥락에서 페루 최고의 국립대학 산마르코스 국립대학교(Universidad Nacional Mayor de San Marcos)에서도 2024년 초 경영학과(Facultad de Ciencias Administrativas) 내에 미식 경영 전공을 만들었다.¹²⁾

하지만 리마의 부유층 학생들이 주로 대학교로 진학하거나 유학을 선택하는 반면, 많은 요리학교에서 직접 교육받는 이들은 주로 저소득층 학생들이 인 경우가 많다(Lasater-Wille 2018, 236). 가령, 주로 저소득층이 거주하는 카야오(Callao)의 벤타니아(Ventanilla) 지역에 위치한 누에보 파차쿠텍(Nuevo Pachacútec) 요리학교의 경우, 2007년부터 가스통이 참여하면서 졸업 이후 가스통이 운영하는 식당 지점에서 일할 기회를 얻게 되었는데, 이 요리학교에 다니는 학생들은 주로 저소득층 출신으로 미식 문화를 자신의 사회적 지위를 개선할 좋은 기회로 이해하고 경쟁의 세계로 뛰어든다(Matta 2014, 27). 여기서 학생들은 빈곤을 극복하기 위해 개인의 역량 강화하고 스타 셰프의 영웅 신화에 동참할 수 있는 것으로 훈련받는다(Matta 2014, 32). 요리학교의 강사들은 스타 셰프를 꿈꾸는 학생들이 기업가 정신을 기르고, 세계적 기준에 부합하는 요리 기술은 물론이고, 서비스 정신과 매너, 위생 관념 등을 길러 경쟁력 있는 개인이 될 것을 강조한다(Lasater-Wille

11) 페루 가톨릭대학 미식, 호텔 및 관광학부, <https://facultad.pucp.edu.pe/gastronomia-hoteleria-turismo/sobre-la-facultad/presentacion/>. (2024년 5월 3일 검색)

12) 페루 산마르코스 국립대학 경영학과, <https://administracion.unmsm.edu.pe/e-p-gastronomia/>. (2024년 5월 3일 검색)

2018, 236; Corona & Matta 2020, 81-82). 이와 같은 미식 민족주의의 영웅 신화는 스타 셰프의 성공과 기업과 정신을 강조하고, 각 개인이 영웅 신화의 대열에 동참할 것을 권유하면서 사회 구조적 문제를 개인의 역량과 책임의 문제로 만든다. 즉, 요리학교에서 훈련받는 학생들은 스타 셰프와 같이 개인의 역량 강화를 통해 오랜 기간 페루 사회가 분열되어 온 인종적, 사회적, 경제적, 정치적 차별 및 배제 구조를 극복할 수 있는 것으로 믿게 된다. 결과적으로 스타 셰프를 통해 만들어지는 미식 민족주의의 영웅 신화는 스타 셰프와 요리학교 학생들 간의 사회 구조적 위계를 비가시화하고, 이러한 구조적 위계가 마치 개인의 역량 강화로 극복될 수 있는 문제로 만든다. 이는 신자유주의 이데올로기가 강조하고 있는 바와 같이 개인이 “자유롭고 공정한 경쟁”을 통해 사회적 지위를 변화하고, 사회를 발전시키며, 공정하고 자유로운 경쟁의 책임은 다시 개인이 지게 되는 논리에 근간하고 있다(주형일 2019, 47).

IV. 결론

본 연구는 노보 안디노 요리의 탄생을 계기로 국내외적 주목을 많이 받게 되면서 세계화된 페루 미식 문화를 페루의 다문화적 사회 통합과 포용적 발전을 위한 담론으로 활용한 페루 미식 민족주의의 성격에 대해 살펴보았다. 1990년대 신자유주의 정책의 도입과 함께, 페루는 1980년대 말의 초인플레이션 문제를 극복하고 서서히 정치 경제적 안정을 되찾았지만, 신자유주의 정책은 일반 대중들이 일상적 삶을 살아가기에 훨씬 힘든 생활 여건을 양산했다. 페루 고용의 약 70%가 비공식 부분에서 이뤄진다는 통계에서 알 수 있듯이, 역사적으로 페루의 발전 모델은 일단 서민들의 삶의 조건을 개선하는데, 크게 기여하지 못했다. 1960년대 말에 접어들어 벨라스코(Velasco) 정권(1968~1975년 집권)이 개혁 정책으로 식민지 구조와의 단절을 시도했지만, 이미 국가가 주도하는 자본주의 발전을 도모하기에는 국내외적 환경이 호의적이지 않았다. 1970년대 초부터 석유 파동과 스태그플레이션(stagflation)으로 국제 경제는 침체기에 접어들었기 때문에, 벨라스코 정권에서 뒤늦게 자

원 산업을 국유화하여 국내 발전을 추동하기에는 한계가 있었다. 또한, 그동안의 과두 지배 체제의 유지에 따라 국내 자본이 크게 성장하지 못했기 때문에, 국내 자본에 기댄 발전을 도모하기에도 한계가 있었다. 더욱이 1980년대 국가와 센테로 루미노소 간의 내전과 알란 가르시아(Alan García) 정부의 포퓰리스트 정책(populist)에 따른 정치 경제적 위기에 대응하기 위해 도입된 신자유주의 정책은 급진적인 성격을 띠 수밖에 없었다. 때문에, 신자유주의 정책이 유발할 수 있는 사회적 비용은 더욱 클 수밖에 없었다고 볼 수 있다.

이러한 배경에서 내전의 상흔을 극복하고 국가의 이미지를 개선해서 국가의 경제 성장을 도모해야 했던 1990년대 이후 정권들은 페루가 가진 풍부한 문화와 생물 자원을 국가 발전의 원동력으로 활용하고자 했다. 대표적으로는 광산 산업과 관광 산업이 있다. 이와 더불어 대외적으로는 내전과 폭력, 가난으로 얼룩진 국가의 이미지를 개선하고 대내적으로는 사회 통합과 포용적 성장을 도모하기 위해 다문화주의를 강조했다. 이러한 맥락에서 미식 문화의 세계화는 페루가 대내외적으로 추구했던 경제 발전의 기회와 국가 이미지 개선, 사회 통합과 포용적 성장을 추동할 기회를 제공했으며, 이것이 페루 국가와 엘리트 계층이 미식 민족주의를 발전 프로젝트로 활용하게 된 배경이다. 미식 민족주의는 미스투라에서 드러났듯이 전통적인 것의 세계화를 통해 다문화적 정체성과 성장의 기회를 창출하는 것을 의미했다. 이 과정에서 전통적인 것의 세계화는 미식 민족주의의 영웅이라 불리는 유명 셰프들의 선진화된 기술과 지식을 통해 가능하게 되었으며, 이 과정에서 일반 대중들도 미식 민족주의 영웅 신화를 자기 것으로 만들기 위해 자발적이고 경쟁적으로 미식 민족주의 프로젝트에 참여하게 된다. 하지만 이러한 미식 민족주의가 강조하는 페루의 문화적·다양성의 차이에 내재한 사회 구조적 위기는 비가시화되면서, 페루 사회가 현재 경험하고 있는 다면적이고 다층위적인 구조적 문제는 결국 개인이 해결하고 책임져야 할 문제인 양 치부되고, 외형적으로는 다문화적 조화를 이루는 것처럼 보이게 한다는 점에서 페루 미식 민족주의는 신자유주의적 다문화주의의 성격을 가지고 있다고 볼 수 있다. 본 연구는 미식과 같은 문화 콘텐츠의 신자유주의적 다문화주의 성격을 페루 사례를 통해 살펴보면서 21세기 페루 민족주의의 성격에 대해 논의했다는 점에서 학술적 의의를 가진다. 후속 연구에서는 본 연구의

논의를 보다 확대하여 다양한 문화 콘텐츠 속에서 드러나는 신자유주의적 다문화주의에 관한 이론적 논의를 심화하고자 한다.

| 참고문헌 |

1. 논문 및 단행본

- 강주현·허윤철 (2021). “TV 리얼리티 프로그램이 구성하는 사회적 신화: SBS 백종원의 <골목 식당> 텍스트 분석.” 『한국방송학보』. 제35권. 제4호, pp. 5-45.
- 박상미 (2003). “맛과 취향의 정체성과 경계 넘기: 진지구화 과정 속의 음식문화.” 『현상과 인식』. 제27권. 제3호, pp. 54-70.
- 서지현 (2024). “관광 산업과 ‘허락된 원주민’: 쿠스코 친체로 직조 센터의 사례를 중심으로.” 『이베로아메리카연구』. 제35권. 제1호, pp. 107-130.
- 주형일 (2019). “신자유주의 통치성과 대학 교원의 주체화.” 『한국언론정보학보』. 제95집, pp. 35-59.
- Aguirre-Sosa, J. et al. (2023). “Background of Peruvian gastronomy and its perspectives: an assessment of its current growth.” *Journal of Ethnic Foods*. Vol. 10. No. 50, pp. 1-21.
- Corona, S. and R. Matta (2020). “Las cocinas mestizas en México y Perú. Claves para interpretar el multiculturalismo en América Latina.” *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*. Vol. 39, pp. 69-93.
- García, M. E. (2013). “The Taste of Conquest: Colonialism, Cosmopolitics, and the Dark Side of Peru’s Gastronomic Boom.” *Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*. Vol. 18. No. 3, pp. 505-524.
- Hale, C. R. (2004). “Rethinking Indigenous Politics in the Era of the ‘Indio Permitido’.” *NACLA Report on the Americas*. Vol. 38. No. 2, pp. 16-21.
- _____. (2005). “Neoliberal Multiculturalism: The Remaking of Cultural Rights and Racial Dominance in Central America.” *PoLAR: Political and Legal Anthropology Review*. Vol. 28. No. 1, pp. 10-28.
- Lasater-Wille, A. (2018). “The Presentation of the Chef in Everyday Life: Socializing Chefs in Lima, Peru.” *Revista de Administração de Empresas*. Vol. 58. No. 3, pp. 233-243.
- Lossio, M. Z. (2007). “Límites y posibilidades de lo multicultural e intercultural en el discurso del Chef Peruano Gastón Acurio.” *Revista Cultural Electrónica*. Vol. 4, pp. 1-21.
- Matta, R. (2011). “Posibilidades y límites del desarrollo en el patrimonio inmaterial. El caso de la cocina peruana.” *APUNTES*. Vol. 24. No. 2, pp. 196-207.

- _____ (2014). “República gastronómica y país de cocineros: comida, política, medios y una nueva idea de nación para el Perú.” *Revista Colombiana de Antropología*. Vol. 50. No. 2, pp. 15-40.
- _____ (2016). “Food incursions into global heritage: Peruvian cuisine’s slippery road to UNESCO.” *Social Anthropology*. Vol. 24. No. 3, pp. 338-352.
- McDonnell, E. (2019). “Creating the culinary frontier: A critical examination of Peruvian chefs’ narratives of lost/discovered foods.” *Anthropology of Food*. Vol. 14, pp. 1-22.
- _____ (2024). “*La despensa nacional*: Quinoa and the Spatial Contradictions of Peru’s Gastronomic Revolution.” *Latin American Research Review*. Vol. 59, pp. 84-104.
- Morales, O. and C. Cordova (2019). “Gastronomy as National Identity Element: The Peruvian Case.” Georgiadou, A. et al. (eds.). *Diversity within Diversity Management: Country-based Perspectives*. Bingley: Emerald Publishing Limited, pp. 157-174.
- OECD (2016). *OECD Development Pathways. Multi-dimensional Review of Peru*. OECD.
- Passidomo, C. (2017). ““Our” Culinary Heitage: Obscuring Inequality by Celebrating Inequality by Celebrating Diversity in Peru and the U.S. South.” *Humanity and Society*. Vol. 41. No. 4, pp. 427-445.
- Ypeij, A. (2013). “Cholos, incas y fusionistas: El nuevo Perú y la globalización de lo andino.” *European Review of Latin American and Caribbean Studies*. Vol. 94, pp. 67-82.

2. 기타

- Defensoría del Pueblo (2024). *Reporte de Conflictos Sociales*. No. 239.
- “Mistura: ¿por qué ya no se realiza la feria de gastronomía peruana y cuándo fue la última edición?” *La República*. May 13, 2023.
- “Perú Mucho Gusto: feria gastronómica y turística regresa a Lima con 82 expositores.” *El Peruano*. November 22, 2023.
- 국제 미스투라(Mistura Internacional). <https://mistura.pe/apega/>. (2024년 5월 2일 검색)
- 페루 가톨릭대학 미식, 호텔 및 관광학부. <https://facultad.pucp.edu.pe/gastronomia->

- hoteleria-turismo/sobre-la-facultad/presentacion/. (2024년 5월 3일 검색)
- 페루 산마르코스 국립대학 경영학과. <https://administracion.unmsm.edu.pe/e-p-gastronomia/>. (2024년 5월 3일 검색)
- 페루의 미식(Comida Peruana). <https://www.comidaperuana.info/2018/06/tacacho-con-cecina.html>. (2024년 5월 2일 검색)
- Guzman Negrini (2015). "Peru: Half a million diners expected to flock to Mistura food fair this year." <https://andina.pe/ingles/noticia-peru-half-a-million-diners-expected-to-flock-to-mistura-food-fair-this-year-573461.aspx>. (2024년 5월 2일 검색)

| 논문투고일 : 2024년 05월 03일 |

| 논문심사일 : 2024년 05월 23일 |

| 게재확정일 : 2024년 06월 13일 |

| ABSTRACT |

Characteristics of Gastronomic Nationalism in Peru

Seo, Ji-hyun

(Division of International and Area Studies,
Pukyong National University)

Since the mid-1990s, the globalisation of Peruvian gastronomic culture has been in full swing, with the globalised traditional Peruvian cuisine, also known as *Novo Andino* cuisine, gaining fame both domestically and internationally. Against this backdrop, the role of Peruvian celebrity chefs, who studied cuisine professionally in Europe or the United States, played an important role. Thanks to the globalisation of Peruvian gastronomy, 'gastronomic nationalism' began to be advocated by the Peruvian government, the gastronomic industry, and the elite class in the 2000s. The purpose of this study is to understand the characteristics of gastronomic nationalism. This study argues that gastronomic nationalism, advocated by the Peruvian elite, has the character of neoliberal multiculturalism. Gastronomic nationalism emphasises the 'gastronomy of the indigenous peoples' that constitutes the Peruvian 'tradition', and it is advocated that the gastronomy of the indigenous people can promote the integration and inclusive development of Peruvian society. However, in this multicultural nationalism, the 'gastronomy of the indigenous peoples', which can be established as the gastronomy of the 'Peruvian tradition', is allowed only if it can be converted into a globalised commodity. In this way, the multicultural character of Peruvian gastronomic nationalism can be seen as implying the character of neoliberal multiculturalism, described by Charles Hale (2005).

94 아태연구 제31권 제2호 (2024)

- Key words: Novo Andino Cuisine, Gastronomic Nationalism, Chef, Neoliberal Multiculturalism, Peru