

oración] pero que los convenza con una serie de argumentos [el predicado, ¿Se acuerdan?] que lo más conveniente es hacer lo que les pedimos que hagan.

¿Qué actividad podríamos diseñar entonces para los participantes de este evento?

Compartir una jornada con la selección de fútbol de ciegos (que adoptaron el sugestivo- ¡Y metafórico!- nombre de “Los murciélagos”), escuchar sus testimonios, verlos en acción, para finalmente jugar un partido de fútbol contra ellos con los ojos vendados puede ser un modo mucho más potente de afrontar la problemática referida (tener una percepción especial para alcanzar metas exigentes, ver con todos los sentidos, sobreponerse a cualquier tipo de obstáculo...).

Finalmente: si bien este ejemplo tiene el formato de una actividad del tipo *team building*, la técnica de creación de metáforas versus mensajes literales es aplicable a cualquier tipo de recurso eventístico”: un espectáculo, un video, un orador, un espacio físico, etc pueden transformarse en contenidos diseñados como metáforas de un mensaje institucional con fines persuasivos.

¿Los convencí?

Enología: un aporte para la formación de los profesionales de turismo-hotelería

Julio Corgo

Por qué “enología - sommellerie” en la currícula de los profesionales del turismo y la hotelería

Entiéndase que digo enología-*sommellerie* ya que la “enología”, comprendida puramente como ciencia, tiene un fuerte andamiaje en la físico- química como base para elaborar vinos y otras bebidas alcohólicas y no específicamente en sus aspectos históricos, formas del servicio y degustación que responden más a la profesión del *sommelier* y que es como se enseña específicamente en estas disciplinas.

Desde siempre las bebidas acompañaron los buenos momentos en nuestras vidas, a través de las celebraciones, festejos o también en los viajes.

Un brindis, el relax en vacaciones, la distensión de una salida de fin de semana o simplemente el placer de disfrutarlas en una buena cena.

Quizá esto nos de alguna pauta de porqué los profesionales de esta escuela deben tener una sólida formación en esta disciplina.

Los caminos del vino, las rutas alimentarias, el agroturismo son sólo algunas de las potenciales aplicaciones, sin descartar al turismo tradicional en donde el *cognac* puede transformarse en la compañía ideal de un buen tabaco al final de la cena.

Sin embargo, no será el vino el objeto de este análisis, bebida importante si la hay, omnipresente en todas las etnias gastronómicas con fuerte ascendente en estas carreras.

Simplemente diremos que este dilecto hijo de Baco encuentra apuntalada su identidad en la sabiduría y el conocimiento de las distintas culturas milenarias que confluyeron en un único punto para otorgarle al vino, cosmopolita y con suficiente capacidad para mejorar

con la guarda, la redondez necesaria para convertirse en un ineludible e infaltable componente de la gastronomía actual.

Esta comunión dio lugar a un producto más globalizado pero con diferentes matices aportados por cada uno de sus ancestros, que hizo que hoy en día sea una bebida conocida, aceptada y consumida prácticamente en todo el mundo, sea cual fuere la temática gastronómica, a través de sus dos principales tendencias.

- Viejo mundo (Europa): vinos genéricos con mucha guarda y consecuente complejidad de sabores y aromas.
- Nuevo mundo (América, Australia, Sudáfrica): variedades más afrutados, menos añejos y con descriptores bien definidos.

El resto de las bebidas alcohólicas por supuesto en este caso serán las protagonistas, ya que cada una de ellas, siempre refiriéndonos a las originales y no a las imitaciones, encierran una pequeña parte de la cultura y el medio ambiente de sus regiones de origen.

El conocimiento de estas características será ineludiblemente parte del saber de los nuevos profesionales que pretendan una formación integral acorde con las exigencias actuales del pasajero.

En el aula

Ya se dijo. Un gran bagaje cultural se esconde en cada bebida.

Las materias primas utilizadas o los distintos procesos de elaboración, el clima, los recursos económicos y naturales, ambientales y socio - culturales de un pueblo se reflejan en ésta.

Esto es bueno que sea interpretado por el alumno para optimizar su futuro desempeño profesional.

La didáctica no sólo debe remitirse a las características de la bebida: cómo servirla o cómo beberla, sino que para constituirse en un verdadero aporte curricular, necesariamente deberá incluir en el dictado todos estos aspectos a que hacemos referencia, dando una idea más acabada del producto, con el objeto de transferir los conceptos al turista.

Otro aspecto importante a tener en cuenta son las correctas prácticas del servicio para que no se desvirtúe su función.

Existen grandes deformaciones en este proceso que la formación universitaria debe corregir.

Elaborar un buen cóctel no significa revolver y agitar botellas espasmódicamente, modalidad actual muy difundida entre los *bartender* que hubiese hecho palidecer al más reconocido barman de otras épocas

Esta práctica responde a un *show* mediático que nada tiene que ver con el verdadero servicio.

Esto debe saberlo el alumno.

No hay que olvidar que las normas básicas de la enología siempre hablan de la tranquilidad y el reposo necesarios para la crianza de las bebidas, factor indispensable para la estabilidad de sus componentes.

La bebida se agita en la coctelera para amerar (mezclar) sus componentes y no antes.

Quizá el punto culminante de las clases se produzca al descubrir mediante la degustación a ciegas (sin saber

qué se está tomando) las características de la bebida de acuerdo con las diversas técnicas de elaboración o las distintas materias primas utilizadas, el origen de las mismas, etc.

Este es el mayor logro en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la enología-*sommellerie* en donde el alumno descubre, comprueba y consolida lo estudiado en la teoría.

Algunos ejemplos: *lager, ale, stout, bock, premium*, son apelaciones que aparecen en los rótulos de lo que ya no es simplemente cerveza sino una de las bebidas de mayor difusión y consumo a nivel mundial en sus diferentes formas.

Estos términos están echando luz sobre las distintas tendencias en el consumo de tan importante bebida.

Conocida como tipo inglesa, la cerveza *ale* debe su coloración y sabor afrutado a la fermentación alta que provocan las levaduras adaptadas al clima más benigno de las islas británicas.

Fermentada y elaborada en los fríos sótanos de la Europa septentrional de mediados del siglo XVII nace la variedad *lager* más amarga y seca que su antecesora y que debe su color rubio a la fermentación baja y paciente de las levaduras adaptadas a climas tan rigurosamente fríos.

A partir de 1850 desplaza en la preferencia masiva de consumo a las *ale* hoy reaparecidas como *bock*.

Tampoco podemos soslayar la importancia del *whisky*, irlandés por antigüedad, escocés por fama y difusión, asunto por el cual no fueron a una guerra, ya que los primeros lo denominaron *whiskey* y los de Escocia *whisky*. Sutil diferencia además del secado de la malta con humo de la turba proveniente de los suelos escoceses lo que le imprime su particular característica al *scotch*, proceso que no se aplica en el *irish whiskey* por no contar los irlandeses con la aromatizante turba.

Pero no todo es cuestión de destilar.

La noble madera del roble transformada mediante el arte de la tonelería, se convirtió en botas, pipas y toneles, recipientes indispensables para el añejamiento de tan importante bebida, en el cual adquiere la coloración y el cuerpo aportado por los taninos, el aroma de la vainillina, los aromas aportados por la ínfima cantidad de oxígeno que filtra del exterior a la bebida y el ajuste de la graduación alcohólica por la mínima pero permanente evaporación del alcohol a través de las duelas con el correr de los años: "ración de los ángeles" para los más poéticos.

Siguiendo con el recorrido, allá por 1700 y pico, las guerras y el hambre en Europa provocaron una importante emigración de irlandeses hacia América del Norte, pero estos no viajaron solos.

Las técnicas de destilación junto a los alambiques formaron parte del equipaje, llegando a tierras dominadas por el ron introducido por los primeros conquistadores.

Un paciente trabajo de labrado y cultivo de la tierra después de la secesión, transformaron al estado de Tennessee y alrededores en la principal región maicera de los E.U.A en donde se instalaron gran parte de los inmigrantes.

El maíz pasó a constituirse en la materia prima fundamental para los nuevos destilados del norte.

El *bourbón* o *whisky* americano con un 51% (mínimo)

proveniente de este cereal en su composición, lo que le aporta un carácter acaramelado y dulzón, pasó a ser uno de los más importantes destilados de este país, desplazando al ron.

Pero no se detuvo allí la expansión. Los inmigrantes junto con sus alambiques siguieron viaje hacia el norte llegando al actual Canadá.

Con clima muy riguroso, frío y suelos más pobres, el único cultivo viable de cereales era el centeno.

Nace así el *whisky* canadiense o *rye* más amargo que el anterior, característica que le transfiere el cereal malteado utilizado en la elaboración.

Lejos, en otras latitudes, los japoneses se olvidaron un poco del *sake* su tradicional cerveza de arroz, original acompañante del *sushi* y hoy en día elaboran *whiskys* de excelente calidad pero sin estar ligados a ninguna corriente migratoria, sino simplemente apoyados en su prosperidad económica.

Su capacidad emprendedora y la globalización los transformaron en grandes productores utilizando materias primas en su mayoría importadas. Pero eso no es todo. Su afición por esta bebida llevó a poderosos grupos inversores a adquirir importantes y afamadas destilerías escocesas.

Medio ambiente, historia, físico - química, cultura... Se funden en estos breves relatos que ponen en evidencia lo mucho que esta asignatura puede aportar a las carreras en cuestión, no sólo a través de sus caracteres organolépticos, si no también mediante el amplio bagaje de contenidos que cada una conlleva.

En la profesión

Es conveniente que estos aspectos sean conocidos por el profesional, no como un especialista en la materia, sino como un orientador para desarrollar nuevos negocios y también como una forma de brindar servicio y satisfacción a sus clientes.

Las bebidas así como los distintos platos acompañan a la mayoría de los viajeros por lo que no se puede hoy en día ser indiferentes a las posibilidades laborales que por ejemplo brinda el enoturismo.

El conocimiento de éstas, también puede significar un valioso aporte para el turismo cultural, ya que constituyen un preciado bien producido por los habitantes de una región con el aporte de sus costumbres y sabiduría. Son también un pilar establecido al momento de organizar rutas alimentarias.

Comer y beber en vacaciones es uno de los placeres incluidos en el viaje.

El turista se encuentra interesado en la cultura y hábitos locales, incluidos sus platos y bebidas regionales por lo que los hoteles deben prestar una especial atención al aprovisionamiento y oferta del bar.

Por otra parte quien guía y coordina podrá ver enriquecida su labor mediante simples explicaciones de las características de las bebidas del lugar.

Por último

Muchos son los motivos que se pueden enunciar para poner en evidencia el aporte que la enología-*sommellerie* le brinda a la profesión turístico- hotelera, pero no sólo al momento de beberlas al finalizar una buena comida,

al lado de un hogar humeante, en la orilla de una refrescante pileta, expresando como única conclusión si resultó agradable o no, sino también como una forma de acrecentar el acervo cultural del profesional y del pasajero. Por todo esto ¡Salud!

Carreras modernas para un mundo en evolución

Javier Cortelezzi

La Universidad de Palermo, a través de la Facultad de Diseño y Comunicación y en el marco de la Escuela de Turismo y Hotelería, se encuentra a la vanguardia en la capacitación y formación de profesionales en las áreas de turismo, hotelería y gastronomía.

Estas disciplinas viven, desde hace más o menos tiempo (depende de cuál se trate), un proceso de evolución y posicionamiento en el accionar cotidiano de un creciente número de personas. Tal realidad hace que sea necesaria una adaptación y transformación de lo que tradicionalmente se consideran estudios universitarios a lo que la sociedad actual demanda.

En este contexto, la UP comenzó implementando una carrera de turismo diferente, moderna, práctica y eficaz, hace ya más de diez años. El turismo constituye actualmente una actividad de considerable importancia social y económica, con tendencia hacia el crecimiento, de acuerdo con pronósticos acerca de la sociedad del futuro que anticipan que ésta será la "sociedad del tiempo libre".

El turismo es una actividad que incluye aspectos sociales, recreativos, deportivos y culturales. Hay autores que la consideran una industria, por su capacidad de generar empleos y estimular el desarrollo de una región o país. Los atractivos naturales, la riqueza cultural y la hospitalidad ubican a Argentina entre los mejores destinos turísticos del mundo. Lo demuestra tanto la creciente diversidad de ofertas turísticas locales como la expansión del turismo rural, los circuitos de aventura y los centros invernales entre otros atractivos. Proponer nuevos destinos, enriquecer circuitos, crear nuevos servicios, desarrollar empresas, son características que hacen del turismo una actividad para profesionales creativos e inquietos que desean conocer el mundo. Los profesionales en turismo pueden sumarse a las grandes empresas en el país o en el exterior o crear sus propios emprendimientos.

En los últimos años la actividad turística se está desarrollando aceleradamente en nuestro país, debido a que el cambio de divisas favorece los viajes de turistas extranjeros. Esto ha motivado que muchos inversionistas coloquen su dinero en emprendimientos hoteleros de todo tipo: grandes hoteles, hoteles *boutique*, hoteles de diseño, complejos de cabañas, entre otros. Asimismo, esta proliferación ha generado y continúa haciéndolo, una demanda laboral cada vez mayor y con capacitación específica, tanto en los cuadros de mandos intermedios como en las tareas de atención directa al huésped. Ante este nuevo escenario, la UP ha reaccionado con celeridad y ya hace cuatro años que implementó la carrera

de Licenciatura en hotelería, brindando un título intermedio de Técnico universitario en administración hotelera. De este modo mantiene y profundiza su filosofía de responder a las exigencias del mercado con carreras jóvenes y adecuadas a tal demanda.

La hotelería es el corazón de la industria de la hospitalidad. En ella confluyen servicios y negocios con el turismo, el entretenimiento y la gastronomía. La actividad hotelera con su historia, tan rica como sólida, está siempre renovándose, creciendo, diversificándose. Esto se observa a través de la expansión de las cadenas internacionales y en nuestro país, en la creciente diversidad de emprendimientos como posadas, estancias, hostales. La actividad se recrea constantemente como hotelería aplicada a cruceros, aeronavegación, clubes, hospitales y también en la organización de congresos, espectáculos y eventos de todo tipo. La evolución de la actividad turística de un país o región está relacionada con la calidad de su desarrollo hotelero. El trabajo de un profesional en hotelería se realiza en múltiples áreas desde la administración general, el marketing y los recursos humanos, a la creación de eventos.

Casi coincidentemente con la consolidación de las dos carreras mencionadas, en nuestro país se fue acentuando la tendencia hacia lo nuevo, lo diferente, lo no convencional en turismo, siendo cada vez más necesaria la participación de profesionales formados específicamente en esta nueva tipología del turismo que genéricamente se ha dado en llamar turismo aventura. Es así como se implementa una carrera que en un primer tramo otorga un título intermedio de Guía turístico de Argentina que se deberá desempeñar en forma práctica, operativa y eficiente para un adecuado funcionamiento del sistema turístico argentino. El guía turístico de Argentina es el primero que se relaciona con el turista, constituyendo el nexo entre el país y el usuario, por lo que su formación deberá estar acorde con las necesidades y exigencias del universo turístico, adquiriendo conocimientos regionales y culturales que, unidos a la práctica profesional, le permitan una óptima prestación de servicios. Así la actividad del guía turístico de Argentina egresado de la UP se fundamentará en tres pilares: conocimientos del patrimonio natural y cultural, actitud de servicio y técnicas de conducción de grupos, todo ello respaldado por una intensa práctica profesional.

Este profesional puede añadir un año más de estudios, lo que le permite acceder a la Tecnicatura en Turismo Aventura estando así preparado para desempeñarse en forma práctica, operativa y eficiente para un adecuado funcionamiento del sistema turístico argentino. Argentina es uno de los escenarios preferidos para los amantes del turismo aventura. que se asocia a la ecología, a los deportes como *mountain bike*, canotaje, cabalgatas, *rafting*, buceo, *surf*, pesca deportiva, escalada en nieve y en roca, esquí, *kayaking*; a las experiencias (a veces extremas) como expediciones, *rappel*, tirolesa, *canopy*, supervivencia, campamentismo y hasta la organización de safaris fotográficos, entre otras actividades.

Pero si Argentina es un destino favorito para realizar turismo aventura, también se está desarrollando en todo aquello vinculado al turismo cultural. El turismo cultural pone en contacto a la historia, el patrimonio, las