UNCUYO UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO | FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
LICENCIATURA EN TURISMO

PROGRAMA ESPACIO CURRICULAR: ENOTURISMO

DATOS GENERALES:

Departamento: Turismo
Año Académico: 2018
Carrera: Licenciatura en Turismo
Espacio curricular: Enoturismo
Área a la que pertenece: Turismo y Gestión
Año en que se cursa: Segundo
Régimen: Cuatrimestral
Carácter: Optativa
Carga horaria total: 56 horas
Carga horaria semanal: 4 horas
Espacio curricular correlativo: Ninguno
Formato del espacio curricular: Taller
Código del E.C.: AGyT

Equipo de cátedra:
Profesor Titular: Lic. Lombard, Tomio Gastón

FUNDAMENTACIÓN:

Dado que el turismo es una práctica social, que se produce en escenarios singulares, con multiplicidad de dimensiones simultáneas que operan en ella resulta necesario formar un profesional *con estas competencias, capaz de analizar la realidad en la que debe actuar y elaborar propuestas alternativas ante las situaciones cambiantes que tiene que enfrentar.* Esas competencias contextuales exigen, a su vez, procesos *reflexivos permanentes, confrontando distintas perspectivas de análisis para develar contradicciones y conflictos.* El desarrollo de la aptitud para contextualizar tiende a producir el surgimiento de un

pensamiento ecologizante en el sentido de que sitúa todo acontecimiento, información o conocimiento en una relación inseparable con el medio – cultural, social, económico, natural – Incita a ver como un acontecimiento modifica al contexto o cómo le da una luz diferente. Se trata de buscar siempre las relaciones inter – retro – acciones entre todo fenómeno y su contexto. Se trata de reconocer la unidad dentro de lo diverso y lo diverso dentro de la unidad.

El turismo del vino es probablemente **uno de los productos turísticos más complejos** en su estructura, gestión, promoción y comercialización. **Intervienen dos sectores** de gran importancia estratégica para el territorio pero que tradicionalmente no tenían ningún vínculo entre sí: **turismo** y **sector vitivinícola**. Cobra un gran protagonismo el **territorio** en el que se desenvuelve y, desde luego, es mucho más que **visitar bodegas**. Requiere **trabajar en red (Ruta del Vino" como concepto)**, en **estrecha colaboración** entre la **administración pública** (administración turística, medio rural, local, provincial y regional) y el **sector privado** (turístico y vitivinícola).

El vino es un producto cultural con fuertes componentes simbólicos y sensoriales. El Patrimonio Cultural y Natural de la viticultura, incluyendo la arquitectura, los paisajes, la historia, las tradiciones, las fiestas y las rutas enológicas, se han convertido en elementos claves de la identidad y cultura del vino.

Es importante destacar el valor enológico de este producto. Sin cultura del vino, no hay ruta del vino y sin ruta del vino no hay producto turístico. La viticultura es el eje temático de este producto y el turista debe percibirlo durante todas las etapas de su viaje y en cualquier componente de la cadena de valor turística que constituye la Ruta. En el destino debe poder "respirarse" cultura vitivinícola.

Según la Western Australian Wine Tourism Strategy (Charters y Ali-Knight, 2002), el turismo del vino es "*el viaje que se desarrolla con el propósito de tener experiencias con bodegas y regiones del vino, así como con sus estilos de vida*". Es una experiencia basada en un estilo de vida que posee un elevado componente formativo o de conocimiento del vino, del lugar y sus tradiciones, y por tanto está estrechamente vinculado a la cultura, el vino y la gastronomía. Esta definición tiene un componente vivencial acorde con las tendencias

actuales. El producto enoturístico tiene un elevado potencial y constituye un elemento clave en la estrategia de promoción internacional del turismo, ya que reúne una serie de características alineadas con los principales objetivos de la política turística de España, como son la diversificación de la oferta y demanda turísticas o la redistribución de los flujos y riqueza generada por el turismo.

El enoturismo favorece el desarrollo económico y turístico de zonas de interior y áreas rurales en las que generalmente se ubican los principales polos receptivos de este tipo de turismo, contribuyendo así a generar riqueza y empleo.

Esto tiene un doble efecto positivo y es que, a su vez, la oferta turística asociada al enoturismo es una propuesta de valor diferencial con gran capacidad de diversificación frente a otras zonas de mayor afluencia turística unidas al producto mayoritario de sol y playa. En esta misma línea, las actividades enoturísticas favorecen el consumo cruzado con otros productos por su vinculación con otras de tipo cultural, relacionadas con disfrute del entorno rural, la práctica de turismo activo, el turismo de salud o bienestar, entre otros. Sin olvidar su importante componente desestacionalizador

Eje Conceptual

La dimensión cultural del vino desde una mirada multidisciplinaria incluyendo historia y atractivos; fiestas, turismo y rutas del vino; aspectos económicos y sociales.

OBJETIVOS:

La formación de profesionales en turismo, adquiere gran importancia para lograr competitividad tanto en las empresas como en los destinos turísticos. La adaptación al entorno exige personas preparadas y capacitadas para gestionar la actividad en un ambiente de constante cambio. Ahora bien, la experiencia acredita que el sector del Turismo necesita de profesionales y personas capacitadas con formación integral, con la finalidad de profundizar los conocimientos y su incidencia en la actividad turística, de manera que permita un

desarrollo realmente conforme con las necesidades del mercado y pos de un desarrollo local sustentable de la actividad turística de la región.

En el presente espacio curricular con formato de taller, se propone enseñar los elementos y herramientas de análisis que permitan al estudiante conocer

- ✓ Conocer la historia y evolución de la actividad vitivinícola de Mendoza.
- ✓ Reconocer la planta de Vitis vinífera, su comportamiento y desarrollo en las distintas regiones de Argentina.
- ✓ Ser capaz de diferenciar las variedades blancas de las tintas más utilizadas, destacando su importancia, aptitudes y destinos.
- ✓ Entender el proceso de vinificación de vinos blancos y tintos.
- ✓ Adquirir las habilidades necesarias para conducir una cata de vinos.
- ✓ Desarrollar la capacidad de transmitir la importancia de la vitivinicultura en la provincia, destacando las riquezas del cultivo de la vid, los beneficios del vino y la cultura alrededor de dicha actividad.

Se espera que los estudiantes logren durante su cursado un adecuado entrenamiento para la creación, recreación y aplicación de metodologías de análisis y gestión que les posibiliten evaluar las potencialidades y restricciones del "turismo del vino", como también proponer estrategias y acciones tendientes al diseño del producto turístico "enoturismo". Asimismo, se pretende favorecer la capacitación del futuro profesional en turismo a través de:

- ✓ La estimulación de su creatividad en la mejora del diseño del producto turístico "enoturismo".
- ✓ Conocer, comprender y aplicar, las numerosas oportunidades y posibilidades de la valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes y de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas o locales, donde se desarrolla el "enoturismo"
- ✓ La resolución de situaciones conflictivas.

- ✓ El desarrollo de independencia para la toma de decisiones metodológicas y estratégicas.
- ✓ El incentivo para la optimización de la redacción y presentación, oral y escrita de documentos profesionales.

CONTENIDOS CONCEPTUALES:

UNIDAD I: "El Patrimonio del Vino desde una Mirada Histórica"

Historia de la vid. Orígenes. Llegada de la vid a Argentina y a Mendoza. Evolución. Panorama actual vitivinícola en Argentina y el Mundo. Países productores del Viejo Mundo y del Nuevo Mundo. Historia del vino y la enología. Vino y religión. Rol del vino en las diferentes culturas.

Bibliografia Obligatoria

FORMACIÓN, CRISIS Y REORIENTACIONES DE LA VITIVINICULTURA EN MENDOZA Y SAN JUAN, 1870-2000. APORTES PARA EL ESTUDIO DEL SECTOR EN LA ARGENTINA. Rodolfo A. Richard-Jorba. Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales (INCIHUSA-CONICET) y Universidad Nacional de Cuyo-Argentina. 2010.

MIGUEL AMADO POUGET. Dragui lucero, Juan. Mendoza, Ediciones Culturales. 1991.

LA CULTURA DE LA VID Y EL VINO, Fondo Vitivinícola de Mendoza, Corsino Impresores, Junio 2010.

HISTORIA DE LA VITIVINICULTURA ARGENTINA. Meardi A. L., Mendoza, INV, 1987.

HISTORIA DE MENDOZA. Cueto, Omar Adolfo, Los Andes 1995.

UNIDAD II: "Enoturismo"

Conceptualización y situación actual del turismo del vino. Caracerización y analisis del producto turistico enoturismo, recursos enoturísticos. Principales eventos programados relacionados con el vino (fiesta nacional de la vendimia, música clasica por los caminos del vino, día internacional del malbec, tango por los caminos del vino, etc.). Servicios complementarios del enoturismo: arte y vino – vino y gastronomía. Perfil del enoturistas. Rutas del vino. Alojamientos enoturísticos o temáticos. Promoción y publicidad. Agencias de turismo. Actores asociados al enoturismo funciones y objetivos: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca – Instituto Nacional de Vitivinicultura – COVIAR – INTA – Bodegas Argentinas (Comisión de Turismo del Vino) – Great Wine Capitals.

Bibliografía Obligatoria

BODEGAS Y VINOS DE ARGENTINA. Bodegas de Argentina, Mendoza, 2009.

VIAJE POR LAS BODEGAS DE ARGENTINA. Minkévich, Silvina. Imagen Nativa

López T., Rodríguez, J., Vieira, A. "REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA SOBRE ENOTURISMO EN ESPAÑA". Cuadernos de Turismo, nº 32. Pp 171-188. ISSN1139-7861 [en línea]. Disponible en: revistas.um.es/turismo/article/download/177511/149241

Armesto, X y Gómez, B. "PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE CALIDAD, TURISMO Y DESARROLLO LOCAL: EL CASO DEL PRIORAT". Turismo, ocio y cultura en las estrategias de planificación territorial. Cuadernos geográficos. Núm. 34 (2004-1). ISSN: 0210-5462. 2004 [en línea]. www.ugr.es/~cuadgeo/docs/revistas/034.pdf

CARTA EUROPEA DEL ENOTURISMO [en línea]. Disponible en: http://www.recevin.net/ downloads/Charte_ES.pdf

López T., Sánchez, S. LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS UTILIZANDO RUTAS ENOLÓGICAS. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2006

UNIDAD III: "Regiones Vitivinícolas"

Mendoza y el turismo del vino. Zona Centro. Zona Este. Zona Sur. Valle de Uco. Principales características y diferencias. Mendoza: capital internacional del vino. Principales bodegas de Argentina y Mendoza. Productos y servicios. Provincias vitivinícolas de Argentina. Características y particularidades. Enoturismo en nuestro país. Regiones Enoturísticas en América, Europa y Australia.

Bibliografía Obligatoria

LESGRANDS CÉPAGES, Galet, P., 2002.Ed. Hacchette, Paris.

CEPAGES ET VIGNOBLES DE FRANCE, Galet P. 1990, Tome 2, L'Ampelographie francaise. Ed. Dust Montpellier. 400 pp.

LA CULTURA DE LA VID Y EL VINO, Cap. V. Fondo Vitivinícola de Mendoza, Corsino Impresores, junio 2010.

Guía YPF, SELECCIÓN DE BODEGAS Y VINOS. Editorial Planeta. 2009.

DIRECTRICES DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA BODEGAS. MINTUR. 2008.

UNIDAD IV: "La vid y el Vino"

Descripción. Morfología y Anatomía. Características. Ciclo de desarrollo y vegetativo. Fisiología. Ecología de la vid. Madurez de la uva. Concepto de "terroir". Calidad. Aptitudes. Variedades de vid tintas: Malbec, Bonarda, Cabernet Sauvignon, Syrah y Merlot. Variedades de vid blancas: Chardonnay, Pedro Giménez, Torrontés Riojano, Sauvignon Blanc, Viognier. Diferencia entre viñedos tradicional, orgánico y biodinámico. Época de cosecha, traslado y molienda. Tipos de vinificación (blanco, tinto, rosado, espumantes). Procesos específicos para

cada uno. Añejamiento y guarda. Análisis sensorial de vinos. Principios básicos. Técnicas de cata. Descriptores aromáticos. Degustación de vinos blancos, tintos, rosados y espumantes. Percepción de sus diferencias y particularidades. Labores del campo. Labores de bodega. La arquitectura del vino, tipología de bodegas. Las denominaciones de origen. Términos enológicos.

Bibliografía Obligatoria

REGISTRO AMPELOGRÁFICO INTERNACIONAL. O.I.V. 1972. Vol. V.

CULTIVARES VITÍCOLAS ARGENTINAS. Alcalde, Alberto. EEA Mendoza INTA 1989.

ECOLOGÍA DE LA VID EN LA REPÚBLICA ARGENTINA. Zuluaga Pedro. Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Cuyo. 1971.

LA TIPIFICACIÓN VITIVINÍCOLA ARGENTINA. Vinos, Viñas y Frutas. Nos. 735-736.

VITIVINICULTURA ARGENTINA. INV, Andina Ediciones, 1997.

CURSO SUPERIOR DE DEGUSTACIÓN DE VINOS. Capítulo 16: El Terruño. EEA Mendoza INTA. 2007.

LA CULTURA DE LA VID Y EL VINO, Fondo Vitivinícola de Mendoza, Corsino Impresores, junio 2010.

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES:

- ✓ Observación de texto y paratexto
- ✓ Desambiguación léxica
- ✓ Distinción entre sentido y significado

- ✓ Análisis de los procedimientos de coherencia y cohesión
- ✓ Determinación superestructural
- ✓ Determinación de las intencionalidades
- ✓ Realización de inferencias
- ✓ Determinación de macroestructuras
- ✓ Subrayado, consultas bibliográficas.
- ✓ Elaboración de esquemas, glosarios, resumen, cuadro sinóptico, mapas conceptuales
- ✓ Planificación Producción de textos coherentes y cohesionados
- ✓ Identificación de los distintos discursos según su intención, uso social y estructura.
- ✓ Caracterización de los elementos constitutivos de las diferentes situaciones comunicativas.
- ✓ Reconocimiento de los distintos actos de habla.
- ✓ Captación de situaciones comunicativas diversas, donde se comprometan las capacidades de adecuación al registro, la tipología, los tópicos temáticos y la intencionalidad

CONTENIDOS ACTITUDINALES:

- ✓ Reflexión crítica
- ✓ Reconocer y rescatar la importancia ética y social de la intervención sustentable
- ✓ Estar dispuesto a ser parte de un equipo interdisciplinario e intersectorial
- ✓ Valorar equitativamente las necesidades de los visitantes, de la comunidad receptora y de la conservación del patrimonio de las áreas.
- ✓ Defensa respetuosa de la posición adoptada con base ética y de aceptación del disenso.
- ✓ Apreciar el valor de los atractivos turísticos, los recursos humanos y la identidad local y regional para el desarrollo del enoturismo, asumiendo la responsabilidad, miembro y actor de la comunidad receptora, en la conservación y preservación de los mismos.
- ✓ Aceptación de la diversidad lingüística y el rechazo de toda marginación social, étnica y cultural.
- ✓ Confianza en las posibilidades de resolver situaciones lingüísticas y comunicativas.
- ✓ Respeto por las producciones de los otros.

METODOLOGÍA:

La metodología del presente taller está dirigida al desarrollo y a la integración de diferentes competencias, que tienen una doble dimensión: teórica y práctica. Estos planos se complementan y potencian mutuamente, de tal manera que el conocimiento teórico del "enoturismo" adquiere su real valor cuando lo transferimos a su realidad. No obstante, el formato taller sólo se valdrá de aquellos elementos teóricos mínimos que sirvan de fundamento a la práctica específica de resolver situaciones problemas.

La propuesta de enseñanza tendrá una concepción constructivista del aprendizaje. Utilizándose técnicas que permitan recuperar conocimientos previos de los estudiantes, relevar inquietudes e intereses. Otorgándose una importancia fundamental al rol del alumno como sujeto activo del proceso de enseñanza y aprendizaje y no solo como espectador del mismo. Se utilizará una metodología participativa, a través de debate en plenario de ideas, presentación y análisis de estudio de casos, presentaciones bibliográficas y análisis de artículos técnicos, previamente diagramados y controlados por el docente.

Las estrategias de la mediación pedagógica apuntarán al desenvolvimiento y actualización de las operaciones del pensamiento, poniendo el acento en procesos creativos, dinámicos y reflexivos, que tiendan a una construcción significativa del aprendizaje.

Se esbozarán como estrategias de enseñanza en propuestas centradas en:

- ✓ La resolución de problemáticas profesionales y laborales, orientada a la obtención de resultados concretos en secuencias planificadas metódicamente.
- ✓ El relevamiento de información en contextos reales en relación con el entorno social y laboral, con dificultades que se enfrentan.
- ✓ El desarrollo de simulaciones en las que los alumnos asuman roles y tareas específicas asociadas a la práctica profesional.
- ✓ Elaboración de situaciones problemáticas que impliquen la producción conjunta de soluciones por medio de la acción integrada de los alumnos en equipos de trabajo (grupos de aprendizaje), así como el aprendizaje incidental, es decir la resolución

de hechos fortuitos a partir de la comprensión de la situación, la reestructuración de los medios disponibles y la búsqueda de estrategias acordes para superarlas. Es importante que en estas propuestas se incentive a los alumnos a integrar y profundizar los conocimientos adquiridos hasta el momento, así como establecer analogías, cuando se trate de contenidos nuevos, con otros saberes previos.

- ✓ Diseño de tareas que impliquen tanto la toma de decisiones y utilización de estrategias metacognitivas guiadas en forma deliberada hacía propósitos determinados.
- ✓ Resolución de guías de trabajo e investigación.
- ✓ Coloquios y clases especiales, complementadas con medios audiovisuales.
- ✓ Síntesis y reflexión de diferentes materiales bibliográficos.
- ✓ Salidas de campo en articulación con el espacio curricular de la práctica profesional, para la visita a los oasis vitivinícolas de la provincia, visitas técnicas a bodegas y a sus: viñedos – alojamientos rurales – establecimientos gastronómicos, charlas con informantes claves.

PROCESO EN AULA VIRTUAL 25%

Este proceso se establece en virtud de la Ordenanza N° 006/2015 de la Facultad de Filosofía y Letras, dependiente de la Universidad Nacional de Cuyo.

El desarrollo del proceso de virtualidad del presente taller se armará conforme se vaya desplegando la organización del mismo y en función del cumplimiento de los contenidos conceptuales vertidos en el presente programa y en relación al cumplimiento por parte de los estudiantes de las expectativas de logros.

EVALUACIÓN:

La evaluación de proceso: se realizará mediante registros, seguimiento de las producciones que resulten de las prácticas realizadas en diferentes contextos que atienden a la fusión entre teoría y práctica, prácticos presenciales y no presenciales (aula virtual), en instancias grupales e individuales.

El proceso se plasmará en un trabajo integrador de producción escrita y oral que los estudiantes presentarán al interior del espacio previo a la finalización de clases.

Criterios de evaluación:

Criterios de evaluación de trabajos escritos

- ✓ Contenidos conceptuales y procedimentales puestos de manifiesto en la resolución de situaciones problemáticas. Competencias vinculadas a la coherencia en la escritura.
- ✓ Sustento teórico en la argumentación de las respuestas, fundamentalmente respecto al buen uso del vocabulario técnico de la disciplina.
- ✓ Presentación y prolijidad de las evaluaciones y trabajos prácticos.
- ✓ Solidez en el conocimiento.
- ✓ Aplicación de la teoría.
- ✓ Comprensión textual.
- ✓ Adecuación a la situación comunicativa.
- ✓ Sistematización de la normativa trabajada en todas las instancias.

Criterios de evaluaciones de trabajos orales

- ✓ Manejo del tema y empleo adecuado del vocabulario de la disciplina.
- ✓ Voz: tono y volumen.
- ✓ Dicción.
- ✓ Adecuación al registro.
- ✓ Correcta postura corporal: gestos y ademanes adecuados a una exposición formal.
- ✓ Material auxiliar usado como soporte visual de la exposición
- ✓ Selección adecuada de contenidos y capacidad de jerarquizarlos e integrarlos en una estructura ordenada (presentación, desarrollo y conclusión).
- ✓ Capacidad de ejemplificar conocimientos teóricos.
- ✓ Disposición al diálogo o interpelación, tanto al docente como a sus pares, en actitud respetuosa hacia ideas y opiniones puestas a las asumidas como propias.
- ✓ Actitud entusiasta y vital durante toda la exposición.
- ✓ Extensión o duración

RÉGIMEN DE CATEGORÍA, INSCRIPCIÓN y PROMOCIÓN DE LOS ALUMNOS

Se referencia a la Ordenanza 001/2013 de la Facultad de Filosofía y Letras, dependiente de la Universidad Nacional de Cuyo

- **Acreditación sin examen final**

100 % Trabajos Prácticos aprobados individuales y/o grupales según determine la cátedra y calificación igual o superior a 8 (ocho).
2 (dos) Evaluaciones Parciales aprobadas, en primera instancia, con calificación igual o mayor a 8 (ocho)
Cumpliendo con estas instancias, el estudiante accederá a una evaluación integradora oral y/o escrita de producción final para acreditar el taller.

- **Acreditación con examen final**

La realizará el estudiante cuando esté en condición de regular, con un examen final oral o escrito (lo determinará la cátedra) ante tribunal. Se acreditará si obtiene una calificación igual o mayor a 6 (seis)

El estudiante deberá cumplir con:

2 (dos) Evaluaciones Parciales con calificación igual o mayor a 6 (seis) incluye instancia de recuperatorio por ausencia debidamente justificada o desaprobación.

75% de trabajos prácticos aprobados individuales y/o grupales según lo determine la cátedra con calificación igual a mayor a 6 (seis).

Cuando el estudiante no cumpla con 1 (una) o ninguna de las instancias anteriores quedará en condición de alumno no regular

Alumno no regular:

Los estudiantes no regulares en el espacio curricular deberán rendir un examen final escrito u oral o mixto (lo determinará la cátedra) ante tribunal. Se acreditará si obtiene una calificación igual o mayor a 6 (seis)

Alumno libre:

Al ser un espacio curricular con formato taller no se considera la figura del alumno libre.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

LA CULTURA DE LA VID Y EL VINO, Fondo Vitivinícola de Mendoza, Corsino Impresores, Junio 2010.

López T., Sánchez, S. LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS UTILIZANDO RUTAS ENOLÓGICAS. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2006.

WEB SITES

http://coviar.com.ar/

http://inta.gob.ar

http://www.bodegasdeargentina.org/

http://www.greatwinecapitals.com/

http://www.inv.gov.ar/

http://www.agroindustria.gob.ar/sitio/

http://www.turismo.gov.ar/

Gastón Lombard Tomio
LIC. EN TURISMO

Dra. SANDRA PÉREZ STOCCO
Directora de la Licenciatura en Turismo
Facultad Filosofía y Letras - U.N.Cuyo