

Aprobada con máxima distinción
Enseñante Docente Medicina

REG
050

La Paz 30 Abril '96

000050

rec. de grado

Jenny Verónica



M. J. J. J.
Docente

Dante Caero
TEC. DANTE CAERO MIRANDA
PROF-GUIA

Ar.
Lic. J. Rodolfo Anze D.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACION

CARRERA DE TURISMO

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TITULO DE TECNICO SUPERIOR EN TURISMO

TEMA: "Campaña educativa sobre turismo y conservación del patrimonio natural y cultural para niños de 5º Básico de la ciudad de La Paz"

ESTUDIANTE: Cintya Verónica Vargas Rios

DOCENTE GUIA: Tec. Dante Caero Miranda

30 ABR. 1996

LA PAZ, MARZO DE 1996



DEDICATORIA

A Carolina y Laurita por
el amor.

A mi mamá y a Ito por
el apoyo.

AGRADECIMIENTO

Va mi agradecimiento:

- Para todo aquel que lea, revise y critique mi trabajo.
- Para todos los catedráticos que sin egoísmos, ni reservas me transmitieron sus conocimientos y experiencia a lo largo de la carrera.
- Para la U.M.S.A. que me dió la oportunidad de estudiar, pasar por sus aulas y hacer míos sus valores, aspiraciones y luchas.

I N D I C E

PRESENTACION.....	Pag 4
Introducción.....	" 4
Antecedentes.....	" 8
Experiencia en Bolivia.....	" 10
Experiencia en otros países.....	" 14
Perú.....	" 14
España.....	" 16
Italia.....	" 17
México.....	" 19
Ecuador.....	" 21
Justificación.....	" 23
Convenios Internacionales.....	" 24
O.M.T.....	" 24
Acuerdo de Cartagena.....	" 26
Importancia educativa.....	" 28
Aspecto económico.....	" 29
Aspecto jurídico.....	" 31
Aspecto turístico.....	" 33
Planteamiento y formulación del problema.....	" 37
Imagen deseada.....	" 38
Formulación de objetivos y metas.....	" 39
Objetivos del trabajo.....	" 39
Objetivos de la campaña.....	" 39
Objetivo general.....	" 39
Objetivos específicos.....	" 39
Metas.....	" 41
Metodología.....	" 42
Investigación bibliográfica.....	" 43
Investigación de campo.....	" 43
Marco teórico.....	" 44
Glosario de términos.....	" 46
INVESTIGACION DE LA REALIDAD.....	" 54
Bases teóricas	" 54
Estudio de mercado.....	" 54
Oferta.....	" 54
Oferta complementaria.....	" 55
Oferta sustitiva.....	" 56
Demanda.....	" 57
Demanda real.....	" 57
Demanda potencial.....	" 57
Demanda objetivo.....	" 57
Información estadística.....	" 58
Población actual (Sec.Educación).....	" 58
Resultados Censo 92 La Paz.....	" 59
Elección de la población objetivo.....	" 59
Identificación del universo.....	" 59
Identificación de la población objetivo.....	" 61
Atributos de la población objetivo.....	" 62

Aspectos psicológicos.....	" 62
DIAGNOSTICO.....	" 64
Situación actual de la educación en turismo.....	" 64
Educación en otros campos relacionados con el tema..	" 66
Ecología.....	" 66
Cultura.....	" 68
Revisión Programas 5º Básico.....	" 68
Conclusiones.....	" 73
Detección falencias de conocimiento del tema.....	" 74
Formulación cuestionario.....	" 75
Elección de la muestra en la demanda objetivo.....	" 79
Determinación estadística de la muestra.....	" 79
Desarrollo de la fórmula y cálculo de la muestra en la demanda.....	" 81
Análisis e interpretación de datos obtenidos.....	" 82
Conclusiones de los datos obtenidos.....	" 85
PROPUESTA : CAMPAÑA.....	" 89
Características generales.....	" 89
Localización.....	" 90
Difusión.....	" 90
Medios Humanos.....	" 91
Convenios.....	" 92
Folletos.....	" 93
Formato.....	" 94
Descripción.....	" 94
Limitaciones.....	"108
Evaluación.....	"109
Presupuesto.....	"109
Costos de impresión.....	"109
Otros costos.....	"110
Financiamiento.....	"111
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	"112
BIBLIOGRAFIA.....	"115
ANEXOS.....	"124

PRESENTACION

1. Introducción

2. Antecedentes

2.1. Experiencia en Bolivia

2.2. Experiencia en otros países

2.2.1. Perú

2.2.2. España

2.2.3. Italia

2.2.4. México

2.2.5. Ecuador

3. Justificación

3.1. Convenios Internacionales

3.1.1. Organización Mundial del Turismo

3.1.2. Acuerdo de Cartagena

3.2. Importancia educativa

3.3. Aspecto económico

3.4. Aspecto jurídico

3.5. Aspecto turístico

4. Planteamiento y formulación del problema

5. Imagen deseada

6. Formulación de objetivos y metas

6.1 Objetivos

6.1.1. objetivos del trabajo

6.1.2. Objetivos de la campaña

A. Objetivo general

B. Objetivos específicos

6.2 Metas

7. Metodología

7.1. Investigación bibliográfica

7.2. Investigación de campo

8. Marco teórico

8.1. Glosario de términos

INVESTIGACION DE LA REALIDAD

1. Bases teóricas

1.1. Estudio de mercado

1.1.1. Oferta

A. Oferta complementaria

B. Oferta sustituya

1.1.2. Demanda

A. Demanda real

B. Demanda potencial

C. Demanda objetivo

1.2. Información estadística

1.2.1. Población actual (Sec.Educación)

1.2.2. Resultados Censo 92 La Paz

2. Elección de la población objetivo

2.1. Identificación del universo

2.2. Identificación de la población objetivo

2.2.1 Atributos de la población objetivo

A. Aspectos psicológicos

DIAGNOSTICO

1. Situación actual de la educación en turismo

1.1. Educación en otros campos relacionados con el tema

1.1.1. Ecología

1.1.2. Cultura

1.2. Revisión Programas 5º Básico

2. Conclusiones

3. Detección falencias de conocimiento del tema

3.1. Formulación cuestionario

3.1.1. Elección de la muestra en la demanda objetivo

A. Determinación del tamaño de la muestra

B. Desarrollo de la fórmula y cálculo de la muestra en la demanda

3.2. Análisis e interpretación de datos obtenidos

3.3. Conclusiones de los datos obtenidos

PROPUESTA : CAMPAÑA

1. Características generales

2. Localización

3. Difusión

3.1. Medios Humanos

3.2. Convenios**4. Folletos****4.1. Formato****4.2. Descripción****5. Limitaciones****6. Evaluación****7. Presupuesto****7.1. Costos de impresión****7.2. Otros costos****7.3. Financiamiento****CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES****BIBLIOGRAFIA****ANEXOS**

PRESENTACION

"Campana educativa sobre turismo y conservacion del patrimonio natural y cultural, para niños de 5º Básico de la ciudad de La Paz"

1. INTRODUCCION

Bolivia es un país de ubicación geográfica privilegiada, lleno de belleza natural, cuna de culturas milenarias y de personas amigables y hospitalarias por naturaleza.

En el Altiplano el poblador es huraño y tímido, pero respetuoso y cariñoso con el visitante; en el Valle y el Llano, gente mas extrovertida, jovial y alegre recibe al turista con los brazos abiertos, haciéndolo sentir como a un amigo en su propia casa.

Toda esta hospitalidad es innata en el boliviano y debe ser aprovechada por el turismo y explotada como el mayor de nuestros atractivos. Es por ello que se establece la necesidad de educar, a los niños en la importancia del turismo, sus características y beneficios, estimulando también el turismo interno y la expectativa por conocer lo nuestro.

Al educar a niños de 5º Básico, buscamos despertar en ellos la responsabilidad que tienen hacia las riquezas de nuestro país. Dándoles a conocer, también, el significado del turismo y sus características.

Con el presente trabajo buscamos lo siguiente:

Primero: Establecer la necesidad de llevar adelante una campaña de educación en niños de 5º Básico, analizando diferentes aspectos relacionados con el tema.

Segundo: Elaborar dicha campaña, proponiendo una cartilla para lo cual aprovechamos la experiencia anterior en nuestro y otros países.

Para llevar adelante dicha "Campaña educativa" serán elaborados dos tipos de folletos:

- **El folleto del guía** que será utilizado por el portavoz de la campaña y explicará los objetivos, la manera de llevarla adelante, las aclaraciones y responsabilidades del guía.

- **El folleto del niño** para ser repartido entre todos los escolares, que explicará las características del turismo, sus beneficios, definiciones, el turista y el trato que se le debe ofrecer y las riquezas de nuestro país para que lo conozcan y lo valoren en consecuencia, que lo amen.

Este folleto será elaborado con ilustraciones

alegres y llamativas y mediante el uso de lenguaje claro se ofrecerán mensajes breves para evitar el aburrimiento y la distracción de los niños, dichos mensajes serán reforzados por una serie de entretenimientos.

El presente trabajo está organizado en cuatro partes que detallamos a continuación:

PRESENTACION parte introductoria del tema y descripción del trabajo, se analizan los antecedentes en base a la experiencia anterior en nuestro y otros países, se justifica la elaboración del mismo desde diversos puntos de vista. Se formulan el problema, los objetivos y metas. Se plantea la metodología y el marco teórico.

INVESTIGACION DE LA REALIDAD haciendo precisamente ello, se establecen las bases teóricas a través de un estudio de mercado, información estadística y se elige a la población objetivo.

DIAGNOSTICO parte en la que se analiza la situación actual de la educación en turismo, la educación que hay en otros campos relacionados con el tema de la campaña y se detectan las fallas en el conocimiento del tema turismo a través de un cuestionario que es analizado e interpretado.

PROPUESTA parte en la que se exponen los diferentes aspectos de la "Campaña educativa sobre turismo y

conservación del patrimonio natural y cultural, para niños de 5º Básico de la ciudad de La Paz."

ACLARACION.- La humanidad evoluciona aceleradamente y lo que hoy es nuevo, mañana puede ser obsoleto, esto sucede por el dinamismo en el desarrollo de todos los campos de la actividad humana. Exactamente lo mismo sucede en los campos educativo y turístico que cambian y se enriquecen con los nuevos aportes de la investigación y experiencia. Uno de los cambios que percibimos en la educación y que tiene relación con nuestro tema es el manejo del término "concientización" que está quedando en desuso, pues se ha llegado a la conclusión que es muy subjetivo e impositivo, debido a que no se puede "crear conciencia" como si ésta fuera manipulable o moldeable, sólo se puede despertar la responsabilidad hacia algo, educando a la población.

Por tal razón la campaña ha sido denominada como "educativa" y no así de "concientización". Hoy, en países como México que tiene un gran avance en el estudio y teoría del turismo ya no se usa más el término concientización sino que se habla de "cultura turística" que puede ser transmitida y adquirida por los individuos.

2. ANTECEDENTES

Bolivia se constituye en un país con experiencia en la recepción de corrientes turísticas desde su creación como república, e incluso antes. Como es conocido, en la época precolombina era muy frecuente el intercambio comercial, la conquista y exploración de nuevos territorios, las expediciones a lugares sagrados, además de los viajes de los Incas, acompañados de todo su séquito, a lugares de descanso como Kusijata en Copacabana o las aguas termales de Tarapaya en Potosí.

En la época colonial los avances españoles en territorios orientales ya sea por conquista o por la ambición de encontrar reinos riquísimos como el "Gran Paititi" los impulsan a viajar y descubrir vastas extensiones. Obviamente todos estos desplazamientos no fueron realizados con fines turísticos, pero sí el turismo se practicó hacia lugares como baños termales y famosas haciendas que los españoles poseían fuera de las ciudades y donde acudían a fin de gozar del clima y de su producción agrícola.

En los primeros años de la República, viajeros ilustres y muy conocidos a nivel mundial como Squier, Bandelier, D'Orbigny o Von Humboldt visitan muchos atractivos tanto naturales como culturales, los estudian, los redescubren y los hacen conocer a nivel internacional, creando expectativa por visitar estos lugares.

En los primeros años de este siglo Bolivia es visitada por un buen número de turistas, muchos de ellos famosos arqueólogos conocidos a nivel internacional por sus trabajos en Egipto, México o Perú que entusiasmados con los descubrimientos en Tiwanaku llegan a realizar excavaciones en este lugar.

Durante todos estos años la actividad turística se ha desarrollado sin una regulación específica. Es a partir de la década de los 70' que se crea un ente gubernamental de turismo y con él se promulga una Ley que regula la actividad de todos los campos que engloba el turismo. Es en la década de los 80' que se inicia la concientización, como base importante para el buen desarrollo de la actividad turística.

Nuestro país siempre ha recibido un número interesante de turistas y en los últimos años el incremento constante de visitantes es notorio, pese a varios problemas de tipo social, sanitario y económico que se dieron en América y en Bolivia.

A pesar de toda esa actividad, el turismo no ha recibido el impulso necesario de las autoridades ya sea por ignorancia o desconocimiento del gran beneficio que ésta significa no sólo en el aspecto económico sino también cultural y social.

En varios países de Europa y América, con amplia experiencia en la recepción de turistas, se educa permanentemente a la población con campañas dirigidas

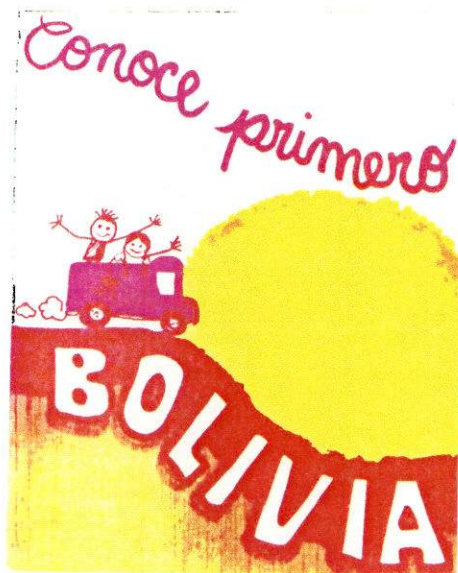
a todos los estratos sociales, buscando que el ciudadano común sea el mayor atractivo turístico del país, el cual, al conocer los beneficios mejora el trato al turista y aprende a valorar y conservar sus expresiones culturales, atractivos naturales, etc motivando de esta manera que el turista se lleve una buena impresión y creando en el nacional un sentimiento de protección y orgullo por su cultura y su país.

2.1. Experiencia en Bolivia. - El año 1987, el Instituto Boliviano de Turismo llevó adelante la campaña "Conoce primero Bolivia" que significó un gran esfuerzo, pero que lamentablemente alcanzó un número relativamente pequeño de estudiantes en su mayoría de la ciudad de La Paz, centralizando así la información. Las cartillas fueron distribuidas entre niños y jóvenes de diferentes edades, hecho que no favoreció a la divulgación masiva de la campaña, como es afirmado en el siguiente párrafo:

"...aunque debemos reconocer que se limitó al ámbito paceño y escasamente en los demás departamentos; debido a limitaciones presupuestarias, humanas, materiales y por contratiempos insalvables..."¹

El folleto utilizado por la Campaña "Conoce 1° Bolivia" fue realizado en papel sábana, en blanco y negro.

¹ Plan Promocional 89, I.B.T. Pag 11



En términos generales debemos acordar siempre que los visitantes turistas o excursionistas son las personas que se encuentran en una región diferente a su residencia habitual.



Pero aún tenemos muchísimas cosas para informarnos sobre la gran importancia que reviste el turismo, sobre por ejemplo: Qué se necesita para que exista el turismo?, de qué se compone? y Quiénes son los encargados para que esto funcione?



Tienes razón!... Primero te describiré lo básico y fundamental.

Es también durante esta gestión que en radioemisoras y canales de televisión de La Paz se emiten programas en los que se describen varios atractivos y se incentiva

la visita a éstos.

"se realizaron de Mayo a Diciembre programas radiales (Illimani, Batallón Colorados) 2 veces por semana.

De Abril a Agosto programas televisivos (Canal 6), 1 vez por semana y de Septiembre a Noviembre 2 veces por mes en el Canal 2ⁿ²

Para analizar la experiencia educativa en turismo en Bolivia debe ser mencionado un esfuerzo realizado en el Departamento de Chuquisaca, en la ciudad de Sucre, por la CORPORACION REGIONAL DE DESARROLLO DE CHUQUISACA en su Dirección de Turismo. Fue una campaña educativa que se llevó adelante el año 1991 con un folleto titulado **PODEMOS VISITAR SUCRE ?** dicho folleto fue imprimido a colores, muy didáctico, con mensajes y dibujos muy llamativos y dirigidos a todos los estratos de la población. En sus 18 páginas se hace una síntesis de la historia, de los conceptos de turismo, turista y los beneficios que se obtienen de esta actividad. Todos los dibujos y mensajes son muy claros y divertidos. Es un folleto muy atractivo. Pero lastimosamente no se cuenta con la información acerca de los objetivos, alcances y resultados obtenidos por esta campaña.

²Plan Promocional 89, I.B.T. Pag 12

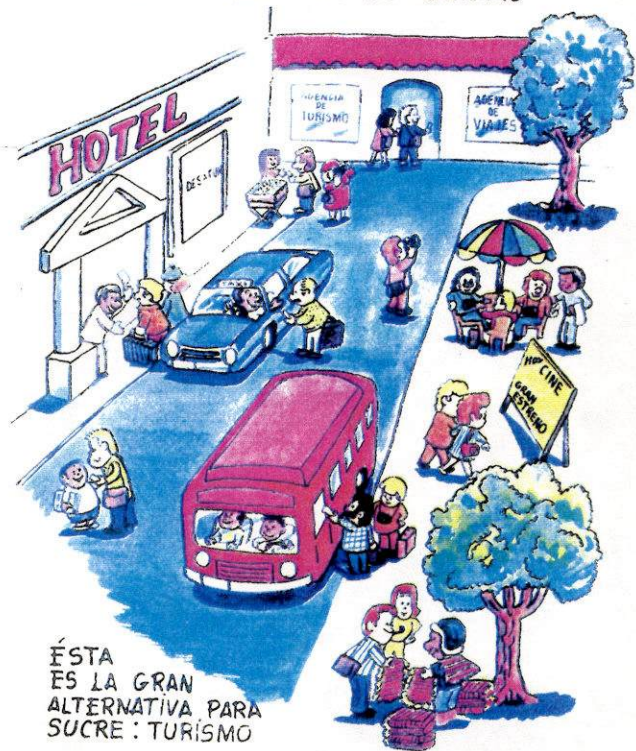
FOLLETO: PODEMOS VISITAR SUCRE?

DEBEMOS TRATAR AL TURISTA CON LA CORDIALIDAD TÍPICA DE SUCRE PUES ES UN SEÑOR MUY ESPECIAL



DE NOSOTROS DEPENDE PUES QUE EL SEA NUESTRO MEJOR PROPAGANDISTA PARA QUE VENGAN MUCHOS MÁS. SI NO SE LE ACOGE CORDIALMENTE PUEDE IMPEDIR QUE OTROS VENGAN.

TODOS Y CADA UNO DE LOS HABITANTES DE SUCRE SE BENEFICIAN CON EL DINERO EN CIRCULACIÓN QUE TRAE EL TURISMO



2.2. Experiencia en otros países.- Importantes destinos turísticos reconocidos a nivel mundial y visitados desde hace siglos por millones de turistas están ubicados en países desarrollados como España e Italia. Países europeos para los cuales el turismo es una fuente principal de ingreso de divisas.

De la misma forma, famosos destinos turísticos, se encuentran en Latinoamérica, entre ellos podemos mencionar a las repúblicas de México, Perú o Ecuador, que reconocen en el turismo una importante fuente de ingresos económicos porque anualmente reciben interesantes flujos de visitantes motivados por la diversidad de atractivos que ofrecen, .

Es, sobre todo, por la importancia económica del turismo y todos los beneficios que se derivan de él, que éstos y muchos otros países realizan grandes esfuerzos en su promoción a nivel internacional a la par que educan a su población para que se constituya en uno de los mayores atractivos al ofrecer hospitalidad y respeto al visitante.

2.2.1. Perú.- País sudamericano conocido a nivel mundial como capital del Imperio Incaico, destino turístico por excelencia, rico en atractivos culturales. Percibe un gran ingreso económico por concepto de turismo. Constituyéndose como la principal entidad gubernamental el Vice Ministerio de Turismo que pertenece al Ministerio de Industria, Comercio, Turismo e integración. Existe otro ente encargado de la

promoción del turismo en y hacia el Perú que es el FONDO DE PROMOCION TURISTICA DEL PERU (FOPTUR) que no sólo se ocupa de promocionar la imagen de ese país en el mundo entero sino que también dentro su territorio educa a la población buscando crear la "conciencia turística" de diferentes formas, es así que en escuelas y colegios se imparte como materias de formación todo lo que se refiere a turismo, al rico legado cultural y a su patrimonio natural, invitando al estudiante a conocer y amar su país. Algunos ejemplos a los que tuvimos acceso y que podemos mencionar son: el CUADERNO TURISTICO (gráfico que presentamos a continuación es extraído del mencionado texto) en el que se explica todo sobre turismo. Trípticos dirigidos a estudiantes y turistas en los que se explican los diferentes atractivos como museos o parques.

El Centro de Formación en turismo (CENFOTUR) prepara a los futuros profesionales en turismo. Así mismo, el personal de hoteles, restaurantes, etc. es formado en establecimientos especializados. En universidades y otros centros se estudian las diferentes facetas y actividades y las maneras de favorecer al turismo.



¿Que es el turismo?

- Es el acontecimiento económico y social más impactante de nuestro siglo.
- Entre sus benéficos efectos están:
 - La relación humana confraternal.
 - La creación de la riqueza social.

CONVIENE SABER QUE:

- El TURISMO es un vigoroso generador de puestos de trabajo y bienestar económico.
- Utiliza insumos y bienes nacionales.
- Es uno de los más justos redistribuidores de ingresos.
- Es un factor de integración nacional, regional e internacional.

¿QUE MOTIVAN LOS VIAJES DE TURISMO?

- Las circunstancias que motivan los viajes de turismo son diversas.
- Están las exigencias de cambios de ambiente, la tendencia al descanso y el placer de la diversión.
 - La admiración de la belleza paisajista.
 - Los testimonios históricos.
 - El deseo de descubrir lugares nuevos.
 - El impacto emotivo de lo exótico o inusual.

EL TURISMO ES LIBRE

- Nadie obliga a nadie a viajar de un lugar a otro.
 - Es una decisión que cada individuo realiza libremente.
 - El turismo se practica durante el tiempo libre.
- Tiempo libre es aquel que puede ser disfrutado en forma personal, sin preocupaciones de carácter utilitario.
- Una de las mejores formas de practicar el turismo es cuando se tiene el tiempo libre.



2.2.2. España.- Anualmente recibe varios centenares de miles de turistas provenientes del norte europeo, atraídos por famosos sitios como "la Costa del sol", "la Costa Azul" o por tradiciones como la "Fiesta de San Fermín" o los "Festivales de Cine de San Sebastián y Valladolid" entre muchos otros atractivos promocionados a nivel mundial.

Toda esta actividad deja muchos beneficios de tipo económico. Considerando esta importancia el gobierno español le dá la jerarquía de Ministerio al ente gubernamental de turismo.

Motivados por toda esa actividad regularmente se llevan adelante varias formas de campañas educativas dirigidas a todos los niveles de la población que ya es conoedora de los beneficios del turismo.

Podemos apreciar un ejemplo a través de la Televisión Española que continuamente presenta programas dirigidos a los habitantes de los diferentes atractivos turísticos, como en las playas donde los escolares son los encargados de la limpieza, recogiendo y clasificando la basura para que sea reciclada y donde ellos mismos comprenden y explican que si sus playas están limpias, con las aguas sanas, recibirán mayor cantidad de visitantes. De esa manera los estudiantes forman grupos que se ocupan de diversas actividades que coadyuvan a la mejor recepción de los turistas.

En este mismo medio televisivo se presentan programas como Recorrido por España, que promociona permanentemente los diferentes atractivos turísticos de ese país, explicando y mostrando todos los detalles maravillosos de cada sitio, creando así una gran expectativa por conocerlos.

2.23. Italia.- País europeo, cuna de grandes culturas, recibe millones de turistas que dejan divisas primordiales para su economía. Por dicho motivo el turismo es dirigido a nivel gubernamental por el Ministerio del Turismo el que tiene entre sus

dependencias a la Dirección General para el Turismo Externo y la Dirección General para el Turismo Interno, última oficina que se ocupa del movimiento turístico dentro Italia realizado por los propios italianos a quienes se educa a todo nivel.

En Italia el turismo es un instrumento de elevación educativa y cultural. Educación que no es limitada a la escuela sino que se complementa con la visita a todos los centros importantes de su historia y centros turísticos.

Para ello, dentro de los programas educativos de los primeros años escolares se forma a los niños en todo lo relacionado al turismo mediante juegos, videos, paseos y otras actividades de tal forma que el niño ya conoce sobre la actividad turística que es practicada muy frecuentemente. También se estudia la historia, geografía, ecología y todo su patrimonio a fin de que conozca las riquezas de su país, las conserve y las ame, prefiriendo viajar dentro de su territorio y no hacia el extranjero.

En lo relacionado al turismo estudiantil y juvenil que representa mas del 30% del total de turistas con un gasto superior a los 100 millones de Dólares. Italia ofrece programas de intercambio anual, semestral o trimestral que favorezcan el conocimiento, el intercambio cultural y la paz.

Dentro del programa educacional para los jóvenes, se

incluye el aprendizaje de varios idiomas con el objeto de que todos puedan comunicarse apropiadamente con los millares de visitantes que llegan anualmente.

Todo el personal de aduanas, migración y policía, conoce varios idiomas y es instruido en el trato e información que debe ofrecer al turista.

2.2.4. México.- Un destino turístico por excelencia. Su actividad es regida por la Secretaría de Turismo (máxima jerarquía), que en su dependencia denominada Dirección General de Capacitación y Educación Turística se ocupa de la educación de los profesionales y de la población en general para que hagan de México un "PAIS AMIGO".

Este país latinoamericano con mucha experiencia y muy avanzado en la teoría y el estudio del turismo actualmente maneja el término "cultura turística" para referirse a lo que anteriormente se llamó "concientización".

Dicha cultura turística tiene los siguientes componentes: Conocimientos, Preparación, Servicio, Calidad y Profesionalismo todos estos aspectos deben ser estudiados y adquiridos para "que cada día nos califique mas para interactuar con los turistas"³.

³Manual de Cult. Turística, Secretaría Turismo, Mexico 1994

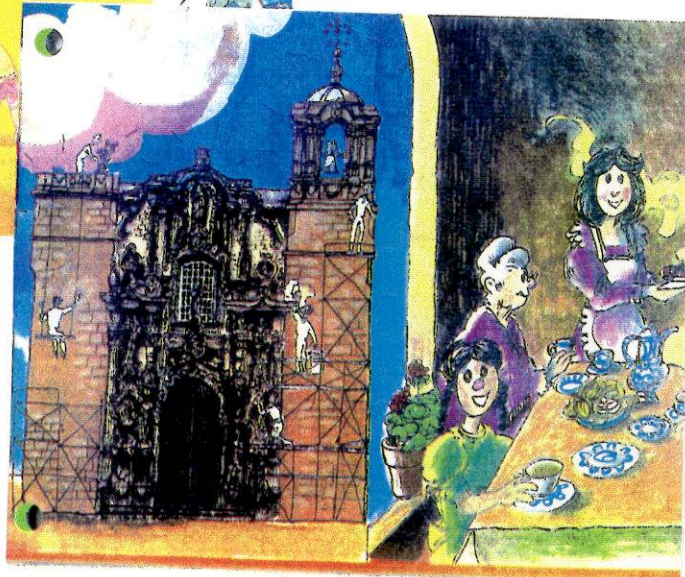
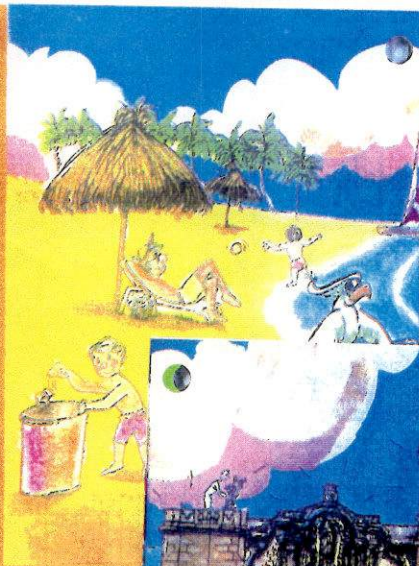
En el mencionado "Plan de Cultura" elaborado por la Secretaría de Turismo, dentro las estrategias de comunicación se utiliza para la transmisión de conocimientos y valores que integran la cultura turística a los medios de comunicación y otros mecanismos de información como la "Cartilla Turística" que es una publicación amena y ligera que apoya a los profesores de 6º de Primaria para dar a conocer a sus alumnos el 'abc' de la actividad turística en lo que se denomina la educación infantil.

RESPONSABILIDAD DEL TURISMO

Las personas que vivimos en un destino turístico y los propios turistas debemos cuidar que no se dañen el ambiente y sus recursos naturales, playas y bosques.

Respetar la forma en que están construidas las casas y sus tradiciones e historias de nuestra localidad. Reservar nuestra identidad y adoptar las hábitos que viven en nuestra forma de ser.

10



Otro tipo de educación encontramos a través de la televisión mexicana que en varios programas y en forma

continúa se dan mensajes y recomendaciones sobre el trato humano y cariñoso que se debe dar al visitante, quien es tratado como un "rey", ofreciendo así la calidez y hospitalidad del mexicano como el mejor atractivo de ese país.

2.2.5. Ecuador.- País sudamericano que en los últimos años ha incrementado notablemente el número de visitantes que generan divisas y empleos que benefician su economía.

El ente gubernamental de turismo es el nuevo "Ministerio de Información y Turismo" que tiene por objeto incrementar el número de turistas que visiten su país atraídos por sus atractivos como las Islas Galápagos declaradas por la "UNESCO" como "Patrimonio Natural de la Humanidad" o la ciudad de Quito "Patrimonio cultural de la Humanidad" o una serie de atractivos que promociona a nivel internacional.

Paralelamente a la promoción externa, internamente se realizaron grandes esfuerzos para educar a su población a fin de estimular en el ecuatoriano el amor a lo suyo, el cuidado de sus potencialidades turísticas y la hospitalidad para con el visitante un ejemplo que podemos presentar es un cuadernillo repartido entre los escolares titulado: "EL TURISMO Y LOS NIÑOS EN EL ECUADOR"



3. JUSTIFICACION

La "Campaña Educativa sobre turismo y conservación del patrimonio natural y cultural para niños de 5º Básico de la ciudad de La Paz" puede ser justificada desde varios puntos de vista que son tomados en cuenta. Pero, a manera de comentario y reflexión mencionaremos el caso mexicano anterior a los años 70, cuando la población no era educada para el turismo y éste surgió y se desarrolló inmensamente. En ese tiempo los mexicanos mostraban una imagen errada al querer ofrecer al turista algo parecido a lo que él era, es por ese motivo, que las autoridades se vieron en la necesidad de educar e informar a la población sobre lo que era el turismo, los beneficios que tenía y lo mas importante: el trato que se le debía ofrecer al visitante ofreciéndole hospitalidad y la posibilidad de conocer al verdadero mexicano, sus costumbres y tradiciones auténticas tan diferentes a las de los extranjeros. Es por todo lo mencionado que hoy la Secretaría de Turismo de México sigue educando a la población y a la niñez en especial para que el ciudadano común sea un buen anfitrión y sobre todo se consolide al turismo como un instrumento de la revalorización de la identidad nacional.

Al igual que en México, toda nuestra población necesita ser informada y educada para obtener un mayor beneficio de la actividad turística y poder alcanzar los objetivos y metas trazadas por la Secretaría Nacional de Turismo.

Para llevar adelante la "Campaña educativa" se eligió a los niños de 5º Básico por las ventajas que otorga el ofrecer información a este grupo de la población, que a su vez educa a amigos cercanos y familiares, ampliando así el efecto de la campaña.

Como se ha mencionado anteriormente, a pesar de la presencia de varios factores adversos en América, el número de visitantes se ha incrementado anualmente y la llegada de turistas a nuestro país es constante. Todo ello motiva que se considere al turismo como parte importante de nuestra economía y por lo mismo se considere apoyar esta actividad desde esferas gubernamentales estimulando a la empresa privada en sus inversiones e iniciativas que favorezcan y ayuden a concretizar las metas establecidas a largo plazo.

Para justificar apropiadamente la elaboración de este trabajo lo contextualizaremos dentro de un marco económico, turístico y jurídico, además de que Bolivia es país firmante de varios convenios internacionales.

3.1. Convenios internacionales. -

3.1.1. O.M.T.- En el campo internacional nuestro país es firmante de varios convenios internacionales y forma parte activa de la Organización Mundial del Turismo OMT que en su reunión de Manila en 1980 ya destacó la importancia de la preparación al turismo, la que considera como parte de la responsabilidad cívica del ciudadano y sugiere que

el turismo y los viajes formen parte del proceso de educación de la juventud como medio para lograr la paz.

Recalcando que la educación debe empezar en la escuela primaria, dando conocimientos teóricos y prácticos en turismo a través de cursos de geografía, historia y moral.

Sugiere también multiplicar los viajes de estudio para que el estudiante conozca su país haciendo turismo y se informe a la población a través de los medios de comunicación sobre todo lo referido a esta actividad. Considerando muy importante educar a la población en la conservación de su patrimonio para que tanto el nacional como el visitante pueda disfrutar de todo ello. Recomendando a los gobiernos tomar acciones para combatir la contaminación turística.

Todo lo mencionado se logrará:

- Si se utiliza a la escuela como principal instrumento de educación al turismo.
- Si se adoptan programas educativos tendentes a la realización del ser humano y a la educación del joven al turismo.
- Si se adoptan medidas para asegurar el acceso del estudiante a la teoría y práctica del turismo.
- Si se realizan manuales, carteles, películas y

material didáctico sobre turismo.

- Prestando atención a los aspectos morales y espirituales del turismo.

Y lo que considera mas importante si se realizan campañas de información sobre la hospitalidad, la amabilidad y dignidad de las personas, estimulando la toma de conciencia de la población frente al turismo.⁴

3.1.2. Acuerdo de Cartagena.- Nuestro país como parte del Pacto Andino es signatario del Convenio Andrés Bello, instancia que ya hace varios años elaboró un Proyecto para el Sector Turismo en el que se considera a los recurso humanos como muy importantes en la composición y estructura del producto turístico porque son un elemento básico, jugando un papel fundamental dentro la actividad turística.

Para poner en marcha este proyecto se fijaron como campos prioritarios comunes a la cultura, la ciencia y la tecnología, campos que debían ser fortalecidos por los siguientes lineamientos de acción: difusión los valores culturales de los países del Convenio, la conservación del patrimonio cultural y la

⁴ EL MARCO DE LA RESPONSABILIDAD DEL ESTADO EN LA GESTION TURISMO - METODOLOGIA PARA EL ESTABLECIMIENTO Y APLICACION DE PLANES DIRECTORES DE TURISMO... O.M.T. 1983

revalorización y difusión del folklore y de la artesanía popular. Enfatizando en que se debería concientizar a la población para que comprenda y aprecie las diversas manifestaciones del arte, la ciencia, la tecnología y la cultura, propiciando una revalorización social y económica, identificando los valores nacionales para consolidar la defensa de la identidad y soberanía nacional.

Dentro este proyecto eligen como población a concientizar sobre todo a los maestros que serían el grupo idóneo para crear una conciencia turística en la población, para ello es necesario capacitar al docente en aspectos de divulgación y difusión del patrimonio turístico del país; dirigido fundamentalmente hacia la formación cívico nacionalista del educando y al desarrollo socioeconómico del país; así mismo se plantea incrementar las acciones de desarrollo del turismo social e interno, , con miras a lograr una mayor participación del maestro y del alumno en la actividad turística. En resumen, la finalidad es informar, orientar y capacitar a los maestros en actividades para que participen en la creación de condiciones favorables al desarrollo del turismo nacional⁵.

⁵ PLAN PARA ORIENTAR Y COORDINAR LAS ACCIONES DE CAPACITACION Y FORMACION DEL GRUPO ANDINO, Javier E. Galarza, Lima 1988

32. Importancia educativa. - La presente "Campaña" tiene una gran importancia educativa porque cada día, el ciudadano, adulto o niño, encuentra en nuestra urbe: monumentos rayados, árboles rotos, parques destruidos, paredes pintadas y basura esparcida por todas partes. Cuando realiza un paseo fuera de la ciudad encuentra grandes recuerdos dejados por aquellos que quieren inmortalizar su paso por cada lugar que visitan (recuerdos realizados con pintura y a fuerza de clavos u otros objetos cortopunzantes) y basura que dejan en los descansos y caminos, basura que no sólo afecta el paisaje sino que atenta contra la ecología del lugar. También se encuentra vegetación cortada y quemada en fogatas que contaminan el aire por la combustión de leña verde. (VER ANEXO 3)



Todos estos aspectos negativos producidos por la falta de educación y formación de responsabilidades del ciudadano, afectan al patrimonio turístico del país, por lo cual es vital educar a la población en la conservación del medio ambiente y de los monumentos, tradiciones, folklore, etc.

La "Campaña Educativa sobre turismo y conservación del patrimonio natural y cultural para niños de 5º Básico de la ciudad de La Paz" está dirigida a escolares entre 9 y 11 años, que por una serie de características propias de su edad harán más fácil el trabajo de los estudiantes de la Carrera de Turismo que podrán transmitir sus conocimientos a una parte de su comunidad, basando su trabajo en folletos didácticamente elaborados y que brindarán a los escolares la posibilidad de aprender jugando todo lo que es importante para el desarrollo del turismo en nuestro país y facilitando el aprendizaje de algunas materias relacionadas con los temas que en la campaña son tomados en cuenta. Esta última afirmación es realizada porque:

"El turismo contribuye al desarrollo de la educación, posibilitando el conocimiento y aprendizaje directo de la geografía, recursos naturales, flora, fauna, de las expresiones histórico culturales, el folklore, costumbres y formas de vida y todo lo que hace a la existencia de una comunidad"⁶

3.3. Aspecto económico.-El año 1993 un total de

⁶ Turismo y Desarrollo en América Latina, Getino Octavio.

528.4 millones de turistas viajaron alrededor del mundo dejando, un ingreso de divisas por 321.466 Millones de Dólares colocando al turismo dentro de los primeros lugares en la economía mundial.

En Bolivia :

"El aporte directo al PIB está calculado en 5.6% y en 7.8% del PIB global. Los ingresos calculados en 1994 se estiman en 135 millones de dólares, los empleos directos e indirectos en 40.000.

Los movimientos turísticos (18.85% de crecimiento en el último año) se han situado en 1994 en 319.578 registros de extranjeros y 626.000 de nacionales generando divisas que superaron a varias exportaciones tradicionales y no tradicionales representando el 14.5% del total de las exportaciones."⁷

En este mismo plan se proyecta:

"como metas concretas para 1997 los 220 millones de dólares de divisas por ingresos de turismo receptivo y para el año 2000 se estima que estas cifras se traducirán en 1000 millones de dólares por ingresos por turismo"⁸

Cifras por demás interesantes y llamativas que nos muestran la gran expectativa despertada por esta actividad que alcanzará objetivos y metas si la

⁷ Plan Estrategico de Turismo 1993-1997-2000, SENATUR

⁸ IDEM

población receptora es educada.

Todas estas cifras reflejan la importancia que va cobrando el turismo en la economía boliviana, pero, por el contrario, es pequeño el impulso que recibe por parte de autoridades y población en general. Para lograr la atención necesaria se deben tomar una serie de medidas en todo aspecto y en relación a todos los rubros que engloba el turismo. Una de dichas medidas es la educación en turismo que informe a la población en general sobre todos los aspectos positivos y negativos que tiene esta actividad, los beneficios que se pueden obtener de ella además de dar a conocer sus características que en muchos casos son desconocidas.

34. Aspecto Legal o Jurídico. - Punto que es tomado en cuenta para la justificación del trabajo porque en este campo se encuentra una base sólida sobre la cuál se asiente el desarrollo del mismo.

Bolivia cuenta con instrumentos legales como el CODIGO DEL MENOR en el que se establecen los Derechos y Deberes de los niños. (VER ANEXO 1)

En el CAPITULO II DE LOS DEBERES FUNDAMENTALES DEL MENOR encontramos que uno de sus deberes es cuidar la naturaleza, las plantas, los animales.

Otro deber es estudiar para formarse y ser útiles

a la patria.

Respetar a los demas.

Querer nuestro país, nuestra gente, nuestra musica, nuestra lengua, nuestras costumbres y tradiciones.

Todos estos postulados son respetados y divulgados por este trabajo.

Otro instrumento jurídico, muy importante, que justifica la elaboración y puesta en marcha de este trabajo es la nueva "LEY DE REFORMA EDUCATIVA", vigente en nuestro país desde el pasado año 94.

En su Capítulo Unico: Bases y Fines de la Educación Boliviana en el Artículo 1 punto 4 dice: " La educación es nacional, porque responde funcionalmente a las exigencias vitales del país en sus diversas regiones geográfico-culturales, buscando la integración y la solidaridad de sus pobladores para la formación de la conciencia nacional a través de un destino histórico común".

En el punto 11 menciona:" Es el fundamento de la integración nacional y de la participación de Bolivia en la comunidad regional y mundial de naciones, partiendo de la afirmación de nuestra soberanía e identidad.



En el Artículo 2 punto 4 menciona: " Fortalecer la identidad nacional, exaltando los valores históricos y culturales de la nación boliviana en su enorme y diversa riqueza multicultural y multiregional.

En el punto 9: " Estimular el amor y respeto por la naturaleza y formar conciencia de la defensa y el manejo sostenible de los recursos naturales y de la preservación del medio ambiente.

Como se puede apreciar en ambos instrumentos jurídicos y analizando todos los puntos tomados en cuenta que la "Campaña Educativa" que hoy se propone, se halla dentro de un marco legal y factible de ser llevada adelante.

35. Aspecto Turístico.- Está establecido que la mejor promoción que tiene un destino turístico es la conocida como "promoción boca a boca", que es realizada por la gente que lo visita y que al retornar a su residencia cuenta a amigos y familiares sobre sus experiencias, que si fueron positivas seguro estimularán la visita de sus allegados a ese destino. Afirmación confirmada en el siguiente párrafo:

"Todas las acciones intentan captar o motivar al turismo potencial. Sin embargo no existe mejor y mas efectiva promoción que la transmisión de las opiniones, recomendaciones y alusiones que hacen los turistas efectivos que visitan el país una vez que éstos vuelven a sus hogares y

comentan con sus círculos familiares o de trabajo.

Por eso se debe poner especial cuidado en facilitar la estadía turística, brindar una amplia información y recomendar al sector privado gran cuidado en la calidad de sus servicios."⁹

En el campo del turismo la persona se constituye en la carta de presentación de un país: si es amigable, educada y hospitalaria, la impresión será positiva, reforzando la buena disposición del turista quien considerará de mejor manera todo lo que se le ofrezca. Se hace esta afirmación al igual que lo hace Mireles en el siguiente párrafo:

"Cada mexicano en lo particular es la ventana a través de la cuál se asoma el turista a nuestra casa. Tratemos de mostrarle un interior limpio y hermoso"¹⁰

Por ello es importante educar e informar a la población sobre todos los aspectos positivos del turismo, para que todos sepan que de alguna manera serán beneficiados por esta actividad.

Otro aspecto muy importante es fomentar el turismo interno con el fin de que todos los bolivianos conozcan su país, pues quien desconoce, está impedido de dar

⁹ Plan Promocional 89 I.B.T. Pag 10

¹⁰ CONCIENTIZACION TURISTICA, Mireles Alfredo, Pag 45

información y no valora lo que tiene.

El turismo también se constituye en un factor de desarrollo nacional ya que contribuye positivamente en lo económico, social, cultural en la comunidad receptora. Incluso puede tener un efecto positivo en el medio ambiente si la actividad está debidamente planificada y las personas concientes de todos sus valores.

Un instrumento muy importante a nivel turismo como es el PLAN ESTRATEGICO DE TURISMO 1993 - 1997- 2003 menciona que el:

"absoluto respeto por la cultura y el medio ambiente son las principales líneas directrices para el nuevo enfoque del desarrollo turístico"¹¹

aspectos que se obtendrán solo si hay la debida educación en todos los niveles.

La educación no sólo debe estar orientada a la recepción de turistas sino en la conservación de su patrimonio tanto natural como cultural a fin de mantener intactas todas sus expresiones folklóricas y el medio ambiente que hoy es el que dá la imagen turística del país con el slogan: " BOLIVIA ETNOECOTURISMO: DE LA AMAZONIA A LOS ANDES". (VER ANEXO 2)

¹¹

Plan Estratégico de Turismo 1993-1997-2000 SENATUR

Dentro del mencionado Plan en su Estrategia de Servicios se refiere a:

"La concientización como absolutamente necesaria en todos los niveles de prestación de servicios indirectos (migración , policía, transportistas, población en general y otros sectores) la cuál será encarada con entidades relacionadas al sector v.g. Participación Popular, Municipios, sector privado, Comités de desarrollo, universidades, etc."¹²

Afirmaciones que una vez mas justifican la elaboración del presente trabajo.

4. PLANTEAMIENTO Y FORMULACION DEL PROBLEMA

Las personas que tienen experiencia y formación dentro del campo turístico saben que la mayoría de la población desconoce los conceptos, beneficios y características del turismo. Siendo ésta la causa principal por la que no se obtiene un máximo de beneficios, subestimando así su real importancia y produciendo un menosprecio del valor de Bolivia; "seremos mejores ciudadanos si conocemos mejor nuestro país" afirmación que se acomoda a esta situación porque si conocemos nuestro país y disfrutamos sus atractivos, los hacemos nuestros, por lo tanto, protegemos y valoramos, haciéndonos ciudadanos responsables.

Es más, en los programas educativos que se desarrollan en los establecimientos no se contempla el estudio completo de nuestra cultura, nuestra geografía, nuestra riqueza y menos del turismo, como quedó plenamente establecido en el "Trabajo de grado" de la Tec. Dorys Arias, titulado "La conciencia turística en la educación regular".

Por todo lo expuesto se plantean las siguientes preguntas:

¿ La población boliviana en general y los escolares en particular están informados sobre la importancia y los beneficios que derivan del turismo ? ¿ Los estudiantes son concientes de que la conservación de los recursos naturales y culturales, es una necesidad para todos ?

5. IMAGEN DESEADA

A mediano plazo (6 meses de iniciada la "campaña") se busca contar con una población infantil conocedora de las riquezas de su país, del turismo, sus características y beneficios, que ame y conserve sus manifestaciones culturales y sus atractivos naturales. Que reciba a los visitantes con educación y respeto.

A largo plazo se pretende que la población en todos sus estratos y edades sea responsable, valore, ame y conozca las riquezas de su país.

6. FORMULACION DE OBJETIVOS Y METAS

6.1. Objetivos.-

6.1.1 Objetivos del trabajo.-

* Establecer la necesidad de la elaboración de una campaña educactiva.

* Elaborar el proyecto de la campaña educativa, tomando en cuenta todos los aspectos analizados.

* Analizar y proponer todos los aspectos necesarios para la puesta en marcha de la campaña (medios humanos, materiales, económicos, etc)

6.1.2. Objetivos de la campaña.-

6.1.2.1. Objetivo General.-

* Educar e informar a la niñez sobre la importancia de la actividad turística y la necesidad de la conservación del patrimonio cultural y natural de nuestro país.

6.1.2.2. Objetivos Específicos.-

* Dar a conocer en forma

didáctica los beneficios y características de la actividad turística.

* Aprovechar la diversificación de la información que reciben los niños para alcanzar a un número mayor de la población.

* Despertar la responsabilidad de los niños respecto al patrimonio del país.

* Incentivar en los escolares el respeto hacia lo que es de todos.

* Estimular en el niño el respeto y amor a Bolivia y todas las expresiones de los bolivianos.

* Presentar, a través de la cartilla, varios atractivos turísticos.

* Dar algunas pautas de protección de la naturaleza y el medio ambiente en general.

* Fomentar el conocimiento de otras culturas mediante la relación con de personas de diversos países.

* Inculcar en el niño la comprensión y aprecio hacia las diferentes

manifestaciones del arte, la ciencia y la cultura.

* Propiciar en la población la revalorización de todas las expresiones culturales, folklóricas, sociales, ecológicas aprovechables por el turismo.

* Participar mediante esta campaña en la consolidación de la defensa de la identidad y soberanía nacional.

6.2. Metas de la campaña. - La meta trazada es la de lograr alcanzar educar a todos los niños registrados en 5° Básico de los aproximadamente 359 establecimientos educativos de la ciudad de La Paz, que según datos de la Secretaria Nacional de Educación llega a ser una población de alrededor de 15.671 estudiantes. (VER ANEXOS 4 Y 7)

7. METODOLOGIA

Algunos autores nos indican que el método es el conjunto de procedimientos que nos llevan a la obtención de conocimientos sistematizados los cuales nos permiten alcanzar el fin de la ciencia; es la manera en que se hace algo para alcanzar un objetivo

Para alcanzar nuestros objetivos el método que utilizaremos será el deductivo, método que para su razonamiento va de lo general a lo particular, intentando recoger nuevos conocimientos a medida que se desarrolla la investigación, buscando una propuesta lo mas adecuada a la realidad.

Sin embargo para los logros de la investigación se aprovechan los diversos métodos (inducción, deducción, observación, descripción) que nos permiten ordenar, establecer, resumir y dar significado a todo lo investigado.

Nuestro trabajo está en el campo de la INVESTIGACION APLICADA cuyo objeto es dar solución a problemas prácticos, específicos e inmediatos.

En el campo de la educación, como se ha dicho antes, en turismo, la experiencia es reducida, por dicho motivo, para la elaboración de nuestra "campana" aprovecharemos la experiencia educativa existente en otros campos (ONAMFA, SALUD, EDUCACION, etc.)

7.1. Investigación bibliográfica.- Se utilizará la bibliografía disponible en las bibliotecas de la Universidad y otros centros a los que tenemos acceso. Además de aprovechar revistas, folletos, periódicos, cartillas, etc. Toda la bibliografía puede ser adoptada y adaptada para los fines de nuestro trabajo.

7.2. Investigación de campo.- Para establecer el grado de conocimiento o desconocimiento del tema, en los niños de 5º Básico, elaboraremos una encuesta que será presentada a un porcentaje de la muestra.

8. MARCO TEORICO

Inicialmente definiremos al TURISMO como: "...el desplazamiento de una persona, hacia un lugar diferente de su residencia habitual, por un período mayor a 24 horas y por cualquier tipo de motivación, mientras esta no sea de carácter redituable o de residencia."

Las mencionadas características de desplazamiento y estadía hacen que el turismo sea una actividad de servicios, de interrelación de personas de diferentes nacionalidades, razas, culturas, creencias, religiones, etc. requiriendo por ello educar a la población que día a día recibe a los visitantes provenientes de todas partes del mundo.

"Turismo es un negocio de relaciones humanas. Ninguna de las enormes inversiones y amplias instalaciones asociadas al desarrollo turístico pueden producir utilidades a menos que en el último análisis, las personas se agraden entre sí. Los visitantes deben estar satisfechos de lo que ven y experimentan en su trato con las personas locales"¹³

Como mencionamos, el número de visitantes a Bolivia se incrementa año tras año y el ingreso de divisas por concepto de turismo ya ocupa los primeros lugares en la economía del país.

Esta importancia económica, principalmente,

¹³

Turismo, Planeación y Desarrollo, Kaiser Charles, pag 193

impulsa a la Secretaría Nacional de Turismo a tomar una serie de determinaciones que favorezcan al incremento del número de visitantes, poniendo, para ello, énfasis en la promoción de nuestra imagen turística en el exterior, en diferentes ferias y exposiciones especializadas en turismo. Todos estos esfuerzos son, sin duda, muy importantes aunque todos los estudiosos de turismo concuerdan en que la promoción mas importante que tiene cualquier país es la conocida como "promoción boca a boca" y que es transmitida por los turistas que al retornar a su país cuentan a amigos, parientes y círculos de trabajo sus experiencias y de lo que se trata es de que las mismas sean muy positivas, para lograr ese grato recuerdo la población anfitriona es la responsable de ofrecer al turista hospitalidad y respeto y la única manera de conseguirlo es educando a la población e infórmandole acerca de todo lo que se puede obtener de una actividad que va cobrando importancia día a día.

Es también afirmado que uno de los mas importantes roles de la planificación y la promoción de un destino turístico siempre incluye un esfuerzo en la educación e información de la población receptora por ser éste un factor decisivo en el éxito de lo planificado.

Es, en ese entendido que hoy proponemos una "campana educativa sobre turismo y conservación del patrimonio natural y cultural, para niños de 5º básico de la ciudad de La Paz" quienes presentan una serie de características favorables al fin que perseguimos.

81. GLOSARIO DE TERMINOS .- A lo largo del trabajo se manejan varios términos, que siendo muy familiares para las personas relacionadas con el turismo pueden ser poco claras para otros. Por tal motivo haremos las aclaraciones respectivas.

TURISMO

A continuación presentamos una serie de conceptos vertidos en diferentes épocas y por diferentes estudiosos del turismo

- Conjunto de relaciones producidas por el desplazamiento voluntario de personas de su lugar fijo de residencia a otro sitio a objeto de satisfacer necesidades de religión, salud, recreación, placer, etc. únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales, sin fines de lucro, además.. este desplazamiento es sólo temporal¹⁴.

- THE SHORTER OXFORD ENGLISH DICTIONARY (1811): La teoría y la práctica de viajar, viajando por placer¹⁵

- HERMAN VON SCHULLERN ZU SCHRATTENHOFEN (1911): Turismo es el concepto que comprende todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del

¹⁴ CATEDRA INTRODUCCION AL TURISMO, Dante Caero, 1988

¹⁵ EL TURISMO FENOMENO SOCIAL, Oscar de la Torre, Ed. Azteca, Mexico 1984, Pag 16

turista hacia, en, y fuera, de un determinado municipio, estado o país¹⁶.

- MORGENROTH: Tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia, para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales y de cultura, o para llevar a cabo deseos de diversa índole, únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales¹⁷.

- BORMANN (1930): Turismo es el conjunto de viajes cuyo objeto es el placer o los motivos comerciales o profesionales, u otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo¹⁸

- GLUCKSMANN: Turismo es la suma de relaciones existentes entre personas que se encuentran pasajeraamente en un lugar de estancia y los naturales del lugar¹⁹

- HUNZIKER Y KRAPK (1942): Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su

¹⁶ - IDEM¹⁵, Pag 16

¹⁷ IDEM¹⁵, pag 16

¹⁸ IDEM¹⁵, pag 16

¹⁹ EL TURISMO FENOMENO SOCIAL, O. de la Torre, Ed. Azteca Mexico 1984, Pag 16.

lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa²⁰

TURISTA

- Persona que viaja por salud recreo, diversión y regresa a su lugar de origen. Permanece como mínimo 24 horas²¹.

- THE SHORTER OXFORD ENGLISH DICTIONARY: Persona que hace una o mas excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación; alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés, paisaje, etc²².

- A. J. NORWAL (1936): Persona que entra en un país extranjero con una finalidad completamente diferente a la de fijar su residencia en él, o a la de trabajar ahí regularmente, y que gasta en este país, de residencia temporal, dinero que ha ganado en otra parte²³

- SOCIEDAD DE NACIONES (1937): Persona que viaja durante veinticuatro horas o mas por cualquier otro

²⁰ IDEM¹⁹, pag 17

²¹ CATEDRA DE INTRODUCCION AL TURISMO, Dante Caero, 1988

²² OB.CIT. O. de la Torre, pag 16

²³ OB CIT, de la Torre, Pag 17

país distinto al de su residencia habitual²⁴

CONCIENCIA TURISTICA

A continuación presentamos una serie de definiciones sobre conciencia turísticas correspondientes a varios autores. (Conceptos vertidos antes de 1992)

-ALFREDO MIRELES: "La conciencia turística es un estado mental que presupone la buena disposición de los individuos para fomentar y acrecentar la conservación de los bienes y servicios turísticos que posee un pueblo"²⁵.

-OSCAR DE LA TORRE: "Tener conciencia turística no es sólo captar la importancia de la actividad turística sino saber que actitud debe adoptarse ante sus diversas manifestaciones. Todo ciudadano debiera ser un promotor que, al habituarse a recibir extraños, no permanezca indiferente ni tome tal actividad como un frío negocio, que siempre se advierta la emoción personal, la atención por y para seres humanos que dentro de un ambiente nuevo necesitan comprensión y ayuda, dadas sus circunstancias"²⁶.

-La conciencia turística es la responsabilidad de los

²⁴ IDEM,²⁵ pag 18

²⁵ CONCIENTIZACION TURISTICA, Alfredo Mireles V. ,LIMUSA México,1987, Pag 42

²⁶ OB CIT, de la Torre, Pag 105

que reciben visitantes para que éstos tengan una estadía tranquila y feliz a fin de que desee permanecer mas tiempo en las ciudades o lugares que visita, disfrutando de las facilidades que se le brindn y dejando divisas que favorecen a muchas personas²⁷.

- Es el conocimiento exacto del beneficio económico, social y cultural que deriva de la visita de un turista si éste es bien tratado²⁸.

- Es la obligación de amar, conocer, respetar, cuidar y ofrecer toda la riqueza del país aprovechable por el turismo, es la obligación de responsabilizarnos por las atenciones que hemos de ofrecer al turista²⁹.

CONCIENTIZACION

- Es la acción de concientizar³⁰.

- Actividad de toda índole que llevan a informar y crear conciencia en la población sobre un tema

²⁷ Entrevista, estudiantes de Turismo

²⁸ IDEM

²⁹ IDEM

³⁰ Diccionario Pequeño LAROUSSE ilustrado

determinado³¹.

CAMPAÑA

- Serie de esfuerzos encaminados a obtener un resultado³²

PATRIMONIO

- Lo que pertenece a una persona o cosa³³.

*** PATRIMONIO NACIONAL ***

- Totalidad de los bienes de una nación³⁴.

PATRIMONIO CULTURAL

- Relativo a la cultura, desarrollo intelectual o artístico³⁵.

³¹ Enciclopedia Universal SOPENA

³² Diccionario Pequeño LAROUSSE Ilustrado

³³ IDEM

³⁴ IDEM

³⁵ Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado

- Manifestación directa de la idiosincracia humana³⁶.

* PATRIMONIO NATURAL *

- Que aparece en la naturaleza, no preparado artificialmente³⁷

- Atractivos que existen, pero en cuya presencia no ha intervenido el hombre, aunque sí haya podido modificarla³⁸.

* EDUCACION *

- Acción de desarrollar las facultades físicas, intelectuales y morales³⁹.

* PROMOCION *

- Actividad destinada a la información, la persuasión y .

³⁶ Enciclopedia Universal SOPENA

³⁷ Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado

³⁸ Enciclopedia Universal SOPENA

³⁹ IDEM

la influencia sobre el cliente en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales, y otros medios , entre los que incluye también las relaciones públicas, cuando estas se encuentran integradas al proceso de marketing⁴⁰.

MOTIVACION

- Acción y efecto de motivar. Lo que nos hace actuar⁴¹

⁴⁰ OB.CIT. de la Torre, Pag 108...

⁴¹ Diccionario Pequeño Larousse Ilustrado

INVESTIGACION DE LA REALIDAD

1. Bases teóricas

1.1. Estudio de mercado. - Una Campaña Educativa como tal no puede ser comercializada es mas bien un servicio que debe ser ofrecido a la comunidad. Por ello sólo se realizará un paralelo con el estudio de mercado, la campaña actuará como oferta, los escolares como demanda, con el fin de establecer claramente lo que buscamos, a quien beneficiaremos y que le ofreceremos.

1.1.1. Oferta. - Este trabajo pretende educar y responsabilizar al niño respecto a nuestro rico patrimonio turístico y brindarle toda la información sobre el turismo , sus características y beneficios. Dándole, además, la opción de aprender jugando los diferentes entretenimientos que se ponen en su consideración con temas relacionados a lo explicado.

En los folletos que serán distribuídos entre los escolares y durante las charlas explicativas serán presentados atractivos turísticos conocidos como Tiwanaku, Lago Titicaca, etc. y otros atractivos que los niños ignoran que sean atractivos como las personas, los Chipayas, los ríos, flora y fauna.

En forma fácil y didáctica se explicarán las características del turismo, también se explicará todo lo relacionado con el patrimonio de Bolivia, qué significa y qué se debe hacer para conservarlo llamando al niño, a una reflexión breve pero que tendrá frutos pues se sembrará la semilla del cariño y respeto por su país. De esta manera se los informa, se los instruye y se los educa, además que se los estimula para que deseen conocer su patria y las variadísimas expresiones culturales de su pueblo. Aprenden así, a valorarlo y por lo tanto amarlo y de esa forma contribuirán de alguna manera con el desarrollo de la actividad que hoy interesa a todos.

A. Oferta complementaria .- Oferta constituida por todo tipo de "campañas de concientización" que con temas como: turismo, conservación, trato a los turistas y exposición de los atractivos del país está llevando adelante la Secretaría Regional de Turismo de La Paz que actualmente está trabajando con Colegios Particulares en 3º y 4º Medio, con hoteleros y choferes de la ciudad de El Alto.

También serán consideradas como oferta complementaria a todos los esfuerzos educativos que hacen entidades como la Honorable Alcaldía Municipal, en su Dirección Municipal de Museos que ofreció hasta el pasado año 94 programas como "El Bus Cultural" o "El

Bus Museo" que obtuvieron mucha aceptación de los paceños.

El Bus Cultural, con su programa "Nuestra ciudad, nuestra cultura" llevó miles de escolares a visitar museos y conocer su ciudad.

El 'Bus Museo' llevó el Museo a los barrios de La Paz y El Alto, siendo tan favorable la aceptación a este programa que mas de 297.867 personas⁴² lo visitaron durante 5 años de trabajo.(VER ANEXO 6)

Dentro del grupo de la oferta complementaria serán considerados todos los esfuerzos que realizan una serie de entidades a nivel nacional y departamental , en pro de la protección del medio ambiente, con campañas informativas, spots televisivos, distribución de arbolitos, exposiciones, etc.

B. Oferta sustitiva .- Formada por las campañas educativas, dirigidas a la población objetivo, con temas similares al de la campaña que se propone. Tal es el caso del Proyecto de reedición de la cartilla "Conoce primero Bolivia" dirigido al ciclo primario de Escuelas Fiscales y Colegios Particulares, programada para el año 1996 por la Secretaria Regional de Turismo de La Paz.

⁴²

Datos obtenidos de la H. Alcaldía Municipal de La PAZ

1.1.2. Demanda.-

A. Demanda Real.- La demanda real del presente trabajo está constituida por toda la población boliviana que debe ser educada a fin de ofrecer al turista una estadía feliz, que permita una explotación racional de sus recursos, que conozca y disfrute de todas las maravillas que le ofrece su país, además de conocer los beneficios del turismo y también los problemas que pueden suscitarse si no se ofrece una real información acerca de él.

B. Demanda Potencial.- Constituida por la población infantil de nuestro país, niños de Primaria en todos sus niveles. Escolares entre 6 y 12 años, de ambos sexos, de Colegios Particulares y Escuelas Fiscales que al igual que nuestra demanda objetivo puede asimilar y recibir la información que se desea ofrecer.

C. Demanda objetivo.- Constituida por escolares que cursan el 5º Básico en Escuelas Fiscales y Colegios Particulares de la ciudad de La Paz. Varones y mujeres entre 9 y 11 años de edad aproximadamente.

Otro grupo de la demanda objetivo estaría constituida por los maestros de curso que también recibirán la información y los folletos cuando sus alumnos sean visitados, con el fin de que ellos refuercen todo lo aprendido y estimulen a los niños por mucho tiempo mas incluso puedan utilizar el folleto como parte de refuerzo en algunos temas relacionados con la campaña (protección de recursos, historia, geografía , etc.)

1.2. Información Estadística.-

1.2.1. Población objetivo actual (Secretaría Nacional de Educación).- Los datos obtenidos en la Dirección Departamental de Educación de La Paz arrojan las siguientes cifras:

Un total aproximado de **15.671** alumnos registrados en 5º Básico de Escuelas Fiscales y Colegios Particulares de la ciudad de La Paz. Esta cifra es un promedio obtenido de la suma total de alumnos inscritos en el ciclo básico y dividido entre los 5 cursos del mencionado ciclo(VER ANEXO 7). Debido a que las diferentes escuelas fiscales y colegios particulares no envían sus datos estadísticos oportunamente y que existen un número indeterminado de colegios particulares que funcionan al margen de la ley la Dirección Departamental de Educación no cuenta con un registro exacto de alumnos por cursos.

Escuelas Fiscales: En la ciudad de La Paz existen

alrededor de 159 establecimientos estatales, ubicados en las diferentes zonas.

Colegios Particulares: establecimientos que alcanzan a un número aproximado de 200 en nuestra ciudad, pero lastimosamente no se encuentran datos específicos, debido a que muchos funcionan clandestinamente y sin registro en ANDECOP (Asociación Nacional de Colegios Particulares) o autorización de la Dirección Departamental de Educación de La Paz.

1.2.2. Resultados Censo 92. - Según los resultados obtenidos por el Censo 92 El Departamento de La Paz tiene una población de 1.900.786 habitantes de los cuales 713.378 viven en la ciudad de La Paz.

La población entre 6 a 14 años es de 139.962.

La asistencia escolar en niños de 10 años da un total de 14.738 que cursarían el 5º Básico

* (Datos obtenidos del I.N.E. (VER ANEXO 8)

2 . Elección de la población objetivo

2.1. Identificación del universo .- El universo está constituido por todos los bolivianos, que en su gran mayoría desconoce conceptos, características y

beneficios del turismo.

Dentro de los factores Positivos y Negativos del Turismo en Bolivia, analizados por la Secretaría Nacional de Turismo, encontramos como una restricción al tema de CONCIENTIZACIÓN donde se menciona los siguientes puntos:

- **Autoridades y población con escasa comprensión de los beneficios del turismo.**
- **Población que desconoce la riqueza natural, histórica y cultural del país.**
- **Personal de entidades relacionadas al turismo con escasa conciencia de la imagen que difunden del país.⁴³**

Con los que coincidimos por los siguientes motivos:

* Gran parte de los gobernantes desconocen incluso la definición de la palabra turismo, menos sus características; hablan de sus beneficios y los reconocen, pero no tienen una idea clara al respecto.

* Personal de Aduanas, Migración, Policía, etc. necesitan una orientación sobre el trato e información que se debe dar al turista.

* Vendedores, comerciantes, artesanos, etc. deben ser

⁴³

educados sobre el trato que debe ofrecer al turista, que es visto como un "buen negocio" del que se obtiene un máximo beneficio ofreciéndole un mínimo sacrificio.

Además que es importante que el comerciante conozca de su responsabilidad respecto al turista y la mala imagen que éste se lleva si no es tratado con honradez y respeto, como es afirmado en el siguiente párrafo:

"Para brindar un trato cortés y muy honrado en las transacciones comerciales. Debemos tener un pleno conocimiento del bien que podemos hacerles y del mal que debemos evitarles"⁴⁴

* Taxistas, transportistas, hoteleros, niños, pobladores de áreas cercanas a los atractivos y así sucesivamente toda la población debe ser educada.

Es necesario aclarar que ser hospitalario, es ofrecer todas las facilidades para una estadía feliz, sin llegar a ser serviles, ofreciendo al turista cariño y respeto por lo que es y por lo que trae esperando un trato similar de su parte.

2.2. Identificación de la población objetivo. - La muestra está constituida por niños de 5º Básico, con un promedio de

⁴⁴

CONCIENTIZACION TURISTICA, Mireles V. Alfredo, Pag 14

edad entre 9 y 11 años.

Son considerados varones y mujeres de la ciudad de La Paz, de todas las zonas, de Colegios Particulares y Escuelas Fiscales.

Los niños de este curso son muy comunicativos y receptivos y siempre pueden aportar con algo nuevo a las explicaciones que se les ofrece, también son muy elocuentes porque todo lo que reciben lo divulgan entre sus círculos familiares y de amistades, ampliando así el número de personas que serán beneficiadas por esta "Campaña".

2.2.1. Atributos de la población objetivo . -

A. Aspectos psicológicos .- Para obtener una mayor asimilación de la campaña, se elige al segmento de niños entre 9 y 11 años porque poseen una serie de características psicológicas aprovechables. Entre ellas tenemos:

El niño que alcanza los 8 años ya tiene un sentimiento de comunidad y de responsabilidad que hace que las reglas sean respetadas.

La voluntad se va desarrollando al mismo tiempo de la independencia moral.

Desean agradar y complacer a otras personas, siendo importante mantener las buenas relaciones y la aprobación de los demás, reconociendo que la ley y el orden son necesarios.

Ellos desarrollan poco a poco su capacidad de reflexionar sobre la realidad de las cosas, siendo por esto mas objetivos, pasando de contemplador a asimilador. Tiene mas probabilidad de adaptarse a la realidad, prever, planear, etc.

En esta edad hay un creciente dominio de sí mismo, con un sentimiento social que se estabiliza y crece, creciendo también su compromiso con ciertas reglas y normas como el respeto hacia lo que es de todos y hacia las demás personas.

A esta edad se fijan los hábitos debiendo los mayores apoyar para que estos se estabilicen y orientarlos positivamente reforzando con nuestra campaña una conciencia de orgullo y amor hacia su país.

Aprende a dar valor a las cosas y reconocer el valor que poseen y si ponemos en su conocimiento los maravillosos atractivos tanto naturales como culturales que posee el país aprenderán a amarlos y valorarlos.

Todas las características mencionadas harán nuestro trabajo más fácil y aceptado por este grupo de la población.



CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA A ESTUDIANTES DE COLEGIOS

ANTECEDENTES.

La Secretaría Nacional de Turismo se encuentra preocupada por la gran cantidad de Jóvenes de últimos años de colegios que se trasladan en masa hacia países vecinos. El alto índice de turismo estudiantil el que genera una gran cantidad de divisas para Chile, Brasil, Argentina, Uruguay y Peru obliga a esta Secretaría a realizar una labor de concientización y fomento del turismo interno, el mismo que fortalece la identidad de la Bolivianidad.

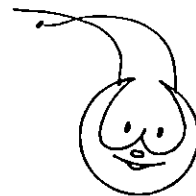
OBJETIVOS.

Los objetivos principales que se persiguen son los siguientes:

- * Promover el Turismo interno en el Departamento de La Paz.
- * Generar conciencia en torno al Patrimonio cultural y turístico que cuenta nuestro País.
- * Motivar al Joven Turista a visitar su propio territorio.
- * Obtener los elementos necesarios de Promoción de la Ecología y el Medio Ambiente.

METAS.

- * Concientizar en sus escuelas sobre el valor del patrimonio de sus Departamentos.



Pero aún tenemos muchísimas cosas para informarte sobre la gran importancia que reviste el turismo; saber por ejemplo: Qué necesita para que exista el turismo?; De qué compone? y Quiénes son los encargados de que esto funcione?.



DIAGNOSTICO

1. Situación actual de educación en turismo. - El turismo como ya se mencionó anteriormente es una actividad que va cobrando importancia en nuestro país y son las autoridades de la Secretaría Nacional de Turismo que plantean la necesidad de "concientizar" a diversos estratos de la sociedad.

Esta labor es llevada adelante por la Secretaría Regional de Turismo de La Paz apoyada por estudiantes de la Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés, que en los meses de agosto y septiembre de

1995 visitaron colegios particulares a 3º y 4º cursos del ciclo Medio (VER ANEXO 5), buscando llegar al mayor número posible de estudiantes, objetivo que dependía del tiempo disponible hasta el inicio de la vacación final como de la predisposición y apoyo del colegio que cuente con material (como videocasetera y aparato de televisión) , pues esta tarea quijotesca se lleva adelante sin un presupuesto que dote del material necesario y los gastos que demanda una campaña de este tipo, que por dicho motivo ofrece una charla y la exposición de videos de los maravillosos atractivos de nuestro país.

El proyecto es trabajar en este campo el próximo año 1996, utilizando el folleto de la "Campaña Conoce 1º Bolivia de 1987" para niños de Básico y seguir con su campaña en 3º y 4º Medio profundizando lo expuesto en esta primera fase.

Todo lo mencionado es en relación al ente oficial de turismo de nuestro departamento, aunque existen contados esfuerzos particulares por educar a la población en este campo.

Algún tipo de información turística es ofrecida por medios de comunicación como el Canal 7 con su espacio BOLIVIA ETNOECOTURISMO DE LA AMAZONIA A LOS ANDES donde muestran muchos atractivos del país incentivando de esa forma la visita a dichos lugares.

El Canal 7 también ofrece el FLASH ECOLOGICO que muestra maravillas de la naturaleza de nuestro país y educa para la conservación del medio ambiente.

Otro espacio que ofrece información sobre la riqueza cultural del país es el promocionado por la Secretaría Nacional de Cultura.

La prensa escrita también ofrece algunos suplementos turísticos especializados en los que se da información de tipo cultural, atractivos, de la actividad social de las líneas aéreas y Agencias de Viaje, etc. Algunos de estos suplementos salen en Ultima Hora, Hoy, etc.

1.1. Educación en otros campos relacionados con el tema.-

1.1.1. Ecología. - La Honorable Alcaldía Municipal de La Paz en su división de Acción Comunal desarrolla en forma cotidiana varias formas de educación en este campo. Un ejemplo de ello son los folletos repartidos en algunos colegios particulares y escuelas fiscales de la ciudad, con los siguientes temas:- **El medio ambiente y el ecosistema urbano** con subtítulos como: "El medio ambiente y el desarrollo, La destrucción de la capa de ozono, Calentamiento de la tierra, Pérdida de la biodiversidad.

- **Saneamiento urbano** con subtítulos como Los problemas de contaminación de la ciudad de La Paz (Contaminación atmosférica, Contaminación acústica, Contaminación del agua, Contaminación de suelos).

- **El problema de los desechos sólidos en la ciudad de La Paz** que estudia este problema y la forma que lo enfrenta la ciudad.

Todos estos folletos explican de una forma clara todos los problemas mencionados creando así cierta responsabilidad en los niños que se problematizan y buscan soluciones prácticas que ellos mismos puedan llevar adelante.

También tienen actividad en el campo de la educación ecológica varias instituciones públicas y privadas como: **LIDEMA, PRODNA, TELEFONO VERDE** (Santa Cruz), **ALCALDIA MUNICIPAL**, (Cochabamba) **PLAN INTERNACIONAL ALTIPLANO, MINISTERIO DE DESARROLLO SOSTENIBLE** (VER ANEXO 9) que desarrollan su trabajo a través de diferentes medios de comunicación o con actividades específicas en diferentes puntos del país. Un ejemplo de ello es la Comunidad Inti Wara Yassi que realiza actividades de protección del medio ambiente como lo hizo en la Isla del Sol donde recogieron basuras que son dejadas por los turistas.



La Comunidad "Inti Wara Yassi" con 40 brigadistas defensores del Medio Ambiente, el pasado fin de semana limpiaron el puerto de la Isla del Sol y retiraron los desechos sólidos que los turistas que visitan el lugar dejan tirados por el suelo.

El presidente de la referida Comunidad "Inti Wara Yassi", Juan Carlos Antezana Pérez, explicó que los jóvenes ecologistas que se constituyeron en la referida isla del Lago Titicaca, forman parte de las brigadas de Defensa del Medio Ambiente "Buen día Besty" el Jardín Japonés, que está intervenido por agentes de la intendencia municipal, por orden de la Alcaldesa Mónica de Palenque.

Los jóvenes ecologistas, durante su permanencia en la Isla del Sol, recomendaron a los turistas, sacar su basura en bolsas desechables hasta la ciudad de La Paz y depositarla en los basureros existentes, la recomen-

1.1.2. Cultura.- Es otra tarea que lleva adelante la H. Alcaldía Municipal a través de programas como el "Bus museo y el Bus Cultural que funcionaron en forma positiva desde el año 1987 a fin de 1994. (VER ANEXO 6)

También debemos mencionar que en los suplementos infantiles de la prensa escrita y en los programas infantiles de los canales de televisión y radio son tocados temas en relación al patrimonio y al medio ambiente incentivando en el niño el deseo de conservación y conocimiento de su país.

1.2. Revisión Programa 5º Básico.- Colegios Particulares y Escuelas Fiscales se rigen a los Programas Oficiales de avance de materia, que son dictaminados por la Secretaría Nacional de Educación (VER ANEXO 10). Luego

de la promulgación de la Ley de Reforma Educativa el año 1994 estos programas han tenido grandes variaciones y durante este año se han llevado adelante, en forma experimental, en algunos establecimientos educativos, programas que se consideran como no oficiales. En el mes de septiembre fué puesto en consideración de maestros y opinión pública en general un "Nuevo Programa de Estudio de la Reforma Educativa" (no oficial) que dá los lineamientos generales y explica claramente objetivos, criterios y presenta los cuadros de los módulos de aprendizaje.

Dentro de los mencionados programas de estudio de la Reforma Educativa presentados por el Ministerio de Desarrollo Humano y la Secretaría Nacional de Educación en Agosto del presente año se propone:

"poner en práctica una pedagogía que valore y legitime los conocimientos y saberes de cada una de las realidades étnicas, culturales y lingüísticas que componen nuestra sociedad, en las que pueden expresarse el conjunto de valores que son reconocidos en las culturas indígenas: respeto por la naturaleza, solidaridad y reciprocidad comunitaria, una visión cultural integrada, entre otros. En esta pedagogía se aspira que cada acto de enseñanza y aprendizaje se convierta en un espacio de convivencia de ayuda y democracia"

"...En esta misma dimensión la formación se hace cargo del desarrollo de los valores individuales y colectivos que permitan el desarrollo de la persona y de la comunidad donde vive y trabaja."⁴⁵

Dentro de las competencias del currículo presentado existe un subíndice muy importante que indica que la educación debe buscar:

"a) Comportamientos deseables con respecto a la sociedad y el mundo natural.

"la educación para el desarrollo sostenible pretende además estimular la actitud crítica de las prácticas lesivas al medio ambiente. El Desarrollo Sostenible dá un carácter permanente al progreso, económico articulándolo con la conservación de la naturaleza, la equidad social, la democracia y el respeto por la diversidad cultural."⁴⁶

Según el Decreto Reglamentario de la Ley de Reforma , el nuevo currículo para la educación primaria agrupa contenidos curriculares dispersos a través de las siguientes áreas de conocimiento:

- Lenguaje y comunicación
- Matemáticas
- Ciencias de la vida
- Tecnología y conocimiento práctico
- Expresión y creatividad

Considerando importante para este trabajo el **Area de Ciencias de la Vida** que tiene como aspectos

⁴⁶IDEM ⁴⁵

centrales por ejemplo a "Conocer el medio valorando la identidad del niño y valorando la identidad de otros" buscando que el niño descubra el mundo y pueda respetar y valorar culturas, personas, historias diferentes a la suya y a la naturaleza

Es, en esta área que se pretende crear en el niño respeto por su familia y su comunidad, además de que conozca las cualidades de la naturaleza que lo rodea. Mostrándole la relación del medio ambiente, su transformación y la necesidad de mantener una relación armónica y de cuidado de éste. Participando y promoviendo acciones dirigidas a la conservación del equilibrio ecológico, para evitar su degradación (contaminación, deforestación, erosión, etc). También se dá la posibilidad de reconocer la diversidad como un derecho de pueblos e individuos, porque se les informa sobre la existencia de grupos socio-culturales con modos de vida y habitat propios.

Mostrando como aspecto importante el posibilitar el rescate, recreación y valoración de tradiciones, saberes y valores de otras culturas a través de investigaciones sencillas, identificando a los distintos actores y sus aportes.

Los mencionados son algunos temas del Programa en los que se reforzaría y apoyaría la "Campaña Educativa" que de esta forma no caería en saco roto.

Revisando los "Planes Anuales de Trabajo en la

asignatura de Ciencias Sociales" correspondientes a 5º Básico, de un número reducido de Colegios Particulares, a los que tuvimos acceso encontramos como características de la materia, entre otros a:

-Formar hábitos de convivencia y buenas relaciones humanas de respeto, responsabilidad, solidaridad y compromiso social con su comunidad.

-Aprecia las diferentes manifestaciones culturales: nacionales e internacionales, reconociendo valores espirituales, morales y cívicos.

-Las Ciencias Sociales son un medio a través del cual se prepara al alumno a percibir de como era antes la vida social, como es en el presente y lo hace reflexionar como será mañana "⁴⁷

Dentro de los objetivos Generales de la asignatura:

Valorar la cultura boliviana a partir de las actividades ocasionales...

Demostrar derechos y deberes a partir de sus acciones cotidianas hacia una sociedad justa

Valorar los recursos naturales como patrimonio generacional a partir de una preservación inmediata del medio ambiente..."⁴⁸

El "Eje de unidad" de estudio que encontramos apto y

⁴⁷ Plan Anual de Trabajo, Sociales, Los Pinos, 1995.

⁴⁸ IDEM

relacionado con la campaña es:

* La comunidad Boliviana que engloba las unidades de:

-Geografía

-República de Bolivia

-Organización (donde se explica costumbres, folklore y ocupación de los habitantes del país)

Como puede apreciarse estas lecciones consideran mínimamente los temas de la "campaña".

Al entrevistarnos con las maestras del curso nos informaron que el punto de turismo y conservación de la naturaleza y las expresiones culturales no son tocados en profundidad sino como complemento de otros temas, siendo por ello debatidos e investigados por los alumnos sin merecer mayor explicación del maestro. Aunque en las ferias de Sociales de dichos establecimientos se expuso "el turismo" como trabajo de investigación.

2. Conclusiones. - Luego de revisar la situación actual en educación del turismo y en campos relacionados con el tema de la "Campaña" llegamos a las siguientes conclusiones:

* El tema turismo no es considerado dentro del Programa de primaria.

* Explicación o información acerca del patrimonio turístico del país y su conservación no es considerado como tema, en ningún nivel de los programas educativos.

* La protección de la naturaleza se considera muy importante en la formación de los niños que recibirán formación en todos los niveles de primaria.

* El respeto por las personas y todas sus diferencias es considerado en este programa.

* El conocimiento de otras culturas que se desarrollan en el país es importante dentro este programa.

* La geografía, historia y cultura de Bolivia es estudiado desde otro punto de vista , en forma mas global y aparentemente mas profunda.

3. Detección de falencias de conocimiento del tema.- Para continuar con el trabajo de diagnóstico de la realidad y con el fin de determinar el grado de conocimiento o desconocimiento sobre el tema: "turismo y conservación del patrimonio tanto natural como cultural", es necesario presentar a la demanda objetivo de la "campana" un cuestionario diseñado para establecer las falencias de conocimiento del tema.

Para cumplir con ello, presentamos los cuestionarios a

niños tanto de Colegios Particulares como de Escuelas Fiscales a fin de obtener un resultado lo mas cercano a la realidad de nuestra población objetivo conformada por niños de 5º Básico de ambos tipos de establecimientos educativos.

31. Formulación del cuestionario.- Para la formulación del presente cuestionario se han tomado en cuenta aspectos metodológicos de la investigación científica y respetado técnicas de procedimientos de recopilación de datos.

El cuestionario diseñado para este caso es de tipo mixto pues se combinan preguntas de elección forzosa con preguntas de respuesta abierta, esta forma es la mas usual porque permite conocer varios aspectos en relación al sujeto de estudio, limitándolo en conceptos pero dando libertad de opinión en sus propias experiencias.

La parte de **preguntas de elección forzosa** en las que el concepto de respuesta es bastante claro y la respuesta es suficientemente definible con un si o no. Y otra parte de **preguntas de respuesta abierta** para poder conocer el pensamiento de los niños respecto a un tema, en estas preguntas el niño puede exponer sus conocimientos y experiencias no limitándolos en su capacidad de expresión y opinión.

El cuestionario presentado a los niños de 5º Básico de algunas Escuelas Fiscales y Colegios Particulares es el siguiente:

1er grupo de preguntas, integrado por:

Nombre del establecimiento:.....

¿Es Colegio Particular o Escuela Fiscal ?.....

Curso:.....Edad:.....

En este grupo como se puede apreciar que se obtienen los datos generales del niño sin consignar el nombre a fin de que el niño pueda expresar lo que sabe y lo que no, sin ningún temor.

El 2º grupo de preguntas que nos permitirán establecer a ciencia cierta el conocimiento sobre los diferentes temas específicos que tocamos en la "campana" y que nos interesa conocer.

COMPLETA O MARCA CON UNA X TODO LO QUE CREAS CORRECTO

* Turismo significa:

! ! Viaje

! ! Día de campo.

! ! Ir de paseo a muchos lugares bonitos. ! ! Vacaciones

* ¿ Sabías que el turismo beneficia a muchas personas ?

! ! Sí

! ! No

* ¿ Conoces Tiwanaku ? | | Sí | | No

¿Qué recuerdo traerías si vas allá otra vez ?.....

¿ Dónde te gustaría sacarte fotos ?.....

¿ Conoces Copacabana ? | | Sí | | No

¿Qué recuerdo traerías si vas alla otra vez ?.....

¿Donde te gustaría sacarte fotos ?.....

¿ Conoces Yungas ? | | Sí | | No

¿ Qué te gustaría traerte de recuerdo ?

¿ Dónde te gustaría sacarte fotos ?.....

* ¿ Te gustaría conocer mas sobre turismo ?

| | Sí | | No

* ¿ Te gustaría conocer algo mas sobre las riquezas de Bolivia?

| | Sí | | No

* Normalmante viajas en las vacaciones ?

| | Sí | | No

Dónde ?

31.1. Elección de la muestra en la demanda. - El cuestionario ha sido aplicado en dos Colegios Particulares y dos Escuelas Fiscales de la ciudad de La Paz. Establecimientos que nos permitieron realizar nuestro trabajo y nos prestaron la debida colaboración.

Luego de tocar varias puertas y obtener evasivas, las Escuelas Fiscales Julio C. Patiño (turno tarde) y Walter Strub (turno tarde), el Colegio Particular Bethesda y el Instituto Educativo Los Pinos nos permitieron realizar el cuestionario a sus alumnos de 5º Básico. En todos establecimientos encontramos receptividad tanto en la Dirección como por parte de las maestras de curso.

A. Determinación estadística de la muestra. - De acuerdo a procedimientos de investigación en muestreo y debido al tamaño de la demanda se tomará una muestra aplicando una fórmula estadística basada en la proporcionalidad.

Para obtener el tamaño de la muestra utilizaremos la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{(Z^2 PQ) + Ne^2}$$

Donde :

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza. La cuestión de exactitud de la estimación de una medición es la confianza o consistencia. Para ello se han fijado estadísticamente coeficientes que se utilizan en las fórmulas. 1.96 es el valor asignado en tablas. Por tanto los resultados obtenidos son bastante reproducibles . Si este coeficiente es alto los errores se consideran insignificantes .

N = Tamaño de la población. Contamos con un número aproximado obtenido de la división del total de niños inscritos en básico entre los 5 cursos del ciclo de escuelas fiscales y colegios particulares registrados en la Dirección Regional de Educación de la ciudad La Paz (VER ANEXO 7)

P = Probabilidad de éxito. Probabilidad es un concepto de la vida diaria es igual a posibilidad u oportunidad. La representación numérica puede ser expresada con valores entre el 1 - 0. Para este caso se asigna el valor de 0,5

Q = Probabilidad de fracaso Al haberse asignado valor de 0,5 a la probabilidad de éxito se asigna el valor de 0,5 a la probabilidad de fracaso a fin de alcanzar el máximo de 1 de probabilidad de la fórmula.

e = Margen de error es el que nos permite tener un margen de aproximación del resultado cuando se proyectan los resultados obtenidos en el muestreo hacia el total de la población. Este margen normalmente es de 5% equivalente a 0.05 que es bastante significativo.

B. Desarrollo de la fórmula y cálculo de la muestra en la demanda . -

$$n = ?$$

$$Z = 1.96 \text{ (valor de tablas)}$$

$$N = 15.671$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$e = 0.05$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (15671) (0.5) (0.5)}{[(1.96)^2 (0.5) (0.5)] + 15.671 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 (15671) (0,5) (0,5)}{(3,8416) (0,25) + (15671) (0,0025)}$$

$$n = \frac{15050,4284}{0,9604+39,1775} = \frac{15050,4284}{40,1379} = 374,96 = 375$$

Obteniendo un total de 375 alumnos que serán considerados como una muestra de la población objetivo.

32. Análisis e interpretación de datos obtenidos. (VER ANEXO

11) Luego del llenado de los cuestionarios que fueron presentados a escolares de 5° Básico del Instituto Educativo Los Pinos, colegio Bethesda, (particulares) y las Escuelas Julio César Patiño y Walter Strub (fiscal) podemos hacer el siguiente análisis:

En la 1ª pregunta: **Turismo significa:** 155 niños marcaron la respuesta Viaje, 192 creen que significa: Ir de Paseo a muchos lugares bonitos, sólo 10 creen que es Día de campo y 37 marcaron también Vacaciones. En esta pregunta tenían la opción de marcar mas de una respuesta.

En la 2ª pregunta: **Sabías que el turismo beneficia a muchas personas?** 291(77.6%) contestaron que Si , 42 (11.3%) que NO y 41(10.92%) no contestaron

En la 3ª pregunta: **Un turista es:** 126(33.6%) marcaron Persona que está de viaje, 148(39.4%) Amigo que nos visita motivado por las cosas lindas de tu país, 79(21%) creen que es un extranjero que viene a vivir y

trabajar en Bolivia y 22(5.9%) no contestaron.

En la 4ª **Qué atractivos turísticos conoces?** pregunta que daba la posibilidad de anotar varias alternativas nombraron en 160 oportunidades a Copacabana, 135 Tiwanaku, 116 Los Yungas, 106 Lago Titicaca, 57 Cochabamba, 51 Potosí, 47 Santa Cruz, 37 montañas, en menor número mencionaron: Cristo de la Concordia, Isla del sol, Chuquisaca, Tarija, Beni, Pando, Muela del diablo y sólo mencionaron una vez: naturaleza, Chapare, instrumentos, danzas, aguas termales.

En la 5ª pregunta: **La naturaleza es un atractivo turístico?** 313(83,4%) contestaron que Si, 27(7,2%) que No y 35(9,3%) no contestaron.

En la 6ª pregunta: **La Diablada , Morenada o Caporales son atractivos turísticos?** 288(76,8%) contestaron que Si, 74(19,7%) que No y 13(3,4%) no contestaron.

En la 7ª pregunta: **Anota qué cosas que hacen los bolivianos son llamativas para los extranjeros.** Pregunta con opción a anotar varias posibilidades mencionaron: 143 artesanía, 130 vestimenta, 128 folklore, 66 tejidos, 47 cultura, 44 comidas, 39 cerámica, en menos oportunidades instrumentos, idioma, vivienda, tradición y en sólo una oportunidad gente y amabilidad.

En la 8ª pregunta: **Haz una lista de lo que te gusta hacer cuando vas de viaje:** Mencionaron 182 pasear, 177

jugar, 103 comer, 69 conocer personas, 49 comprar, menos oportunidades investigar, pasear, pescar, nadar, caminar, visitar museos o hacer amigos.

En la 9ª pregunta: **Qué te gustaría hacer si vas de campamento?** mencionaron 131 jugar, 84 pasear, 56 subir árboles, 54 fogatas, 47 cocinar, en menos oportunidades mencionaron conocer los alrededores, conocer la naturaleza, cazar montar, explorar y sólo una vez sacar plantas.

En la 10ª pregunta: - **Conoces Tiwanaku?** 121(32,26%) contestaron Si, 254(67,73%) No. Los que contestaron Si quisieran de recuerdo en su mayoría monolitos, vasijas y piedras, la mayoría quisieran fotos en la Puerta del Sol y en los Templetos.

- **Conoces Copacabana?** 239(63,3%) Si, 120(32%) No, 16(4,2%) no contestaron. Los que contestaron que Si quisieran traer de recuerdo Virgencitas, artesanías de totora, piedras. Quisieran fotos en el Lago, Iglesia, Calvario o en la "horca del Inca"

- **Conoces Yungas?** 207(55,2%) Si, 150(40%) No, 18(4,8%) no respondieron. Los que contestaron que Si quisieran traer de recuerdo, plantas, frutas, loros o mariposas. sacarse fotos en la vegetación, ríos o en la piscina.

En la 11ª pregunta: **Te gustaría conocer mas sobre**

turismo? 356(94,9%) respondieron Si, 10(2,6%) No y 9(2,4%) no contestaron.

En la 12ª pregunta: **Te gustaría conocer algo mas sobre las riquezas de Bolivia?** 360(96%) respondieron Si y 15(4%) No respondieron.

En la 13ª pregunta: **Normalmente viajas en las vacaciones?** 321(85,6%) dijeron Si, 42(11,2%) No y 12(3,2%) no respondieron. Los que contestaron que si viajan mas a Cochabamba, Santa Cruz, Copacabana, Yungas, Oruro, Tarija, Beni, Potosí y en 61 oportunidades mencionaron a diferentes lugares en el extranjero.

3.3. Conclusiones de los datos obtenidos. Luego del análisis podemos concluir lo siguiente:

El concepto turismo es relativamente claro para los niños ya que hacen una combinación entre viaje y paseo por muchos lugares bonitos, aunque no tienen la certeza ante estas posibilidades.

El 77,6% responde que el turismo beneficia a muchas personas, esta respuesta es mas ligada a los empleos directos generados por turismo.

El concepto de turista es menos claro para los niños que optan equilibradamente por las diferentes

opciones que se les presentaron (33,6%, 39,4%, 21%).

El atractivo turístico mas reconocido por los niños es Copacabana. Aunque mencionaron una lista bastante amplia de atractivos mayormente de sitio, mas de tipo cultural que natural.

El 83,4% de los niños creen que la naturaleza es un atractivo turístico.

El 76,8% de los niños piensa que las danzas son atractivos turísticos por la amplia difusión con que cuentan éstas.

Los niños reconocen a la artesanía de nuestro país como un atractivo muy importante para los extranjeros, reconociendo también que el folklore, la vestimenta y los tejidos son cosas que llaman la atención de los visitantes.

Por los resultados obtenidos en las anteriores preguntas podemos concluir que existe cierta contradicción pues una mayoría piensa que naturaleza y danzas son atractivos turísticos pero, en otra pregunta sobre los atractivos que conocen apenas mencionan estas dos posibilidades.

Jugar es la prioridad de los niños en cualquier lugar, pasear pasa a un segundo plano sin perder de vista a comer que tampoco pierde importancia lo que si tiene menos relevancia es conocer personas y muestras

de cultura y naturaleza, pues al no recibir información previa o ignorar las diferentes expresiones de los lugares que visitan no se los estimula para aprovechar mejor sus viajes.

El sinónimo de salir al campo es juego para la niñez. En un campamento prefieren pasar su tiempo paseando y explorando y gracias a todas las campañas educativas sobre medio ambiente la fogata, el recoger plantas y subir árboles es secundario.

Se menciona a respirar aire puro pues los niños ya saben que en la ciudad esta contaminado.

El cuidado de la naturaleza no es primordial pero es mencionado.

Tiwanaku es conocido sólo por el 32,26% de los niños, pero sí todos saben de su existencia.

La Puerta del Sol es el monumento mas conocido de Tiwanaku.

Copacabana es la población mas visitada por los paceños(63,3%), podemos concluir que por cuestiones religiosas y de facilidad de acceso.

Una mayoría absoluta de los niños(94,9%) expresa su deseo de conocer mas sobre turismo, porque es algo sobre lo que se habla mucho y como no es tema de materia de estudio, es nuevo para ellos.

El conocer las riquezas de Bolivia despierta mucho interés entre los escolares. El 96% de los niños expresa ese deseo.

El 85,6% realiza viajes normalmente, por ello hacer turismo no es una novedad.

El niño de nuestra ciudad no aprovecha al máximo cualquier viaje que realiza porque ignora los atractivos turísticos que ofrece cada lugar.

Es necesario analizar que los conceptos de turismo tanto para niños de Particulares como de Escuelas Fiscales es el mismo. La diferencia entre niños de uno y otro tipo de establecimiento se dá en mencionar lugares del extranjero para sus vacaciones.

PROPUESTA: CAMPAÑA

1. Características generales.- Para realizar la Campaña Educativa para niños de 5o Básico es necesario contemplar:

* Las características ya mencionadas de la demanda objetivo.

* La información, formación y conocimiento de los guías de la Campaña que preferentemente deberán ser estudiantes de turismo o profesionales del campo para dar una orientación lo más veráz posible.

* Las cartillas, tanto para el niño como para el guía(VER ANEXO 12), deben ser elaboradas con un lenguaje claro y adecuado para lograr un máximo de entendimiento.

* Las ilustraciones deben reforzar el lenguaje escrito, aclarando los textos de la mejor manera.

* Las cartillas deben tener una dimensión cómoda para facilitar un óptimo manejo.

* El papel a ser utilizado en la impresión de las cartillas debe permitir cortar, pintar, dibujar y arrancar si así lo deseasen los niños.

* Los mensajes concretos y cortos para evitar el aburrimiento, deben reforzarse las ideas sin ser necesariamente reiterativos.

* Para favorecer un máximo de asimilación se incluirán juegos de entendimiento y destreza que reforzarán lo enseñado.

* En los folletos se tratará de resaltar los aspectos positivos del turismo.

* Para obtener un óptimo resultado es muy importante hacer que el niño se sienta parte de la actividad turística, no solamente un espectador sino un miembro activo dentro de la Campaña y el principal protagonista de ésta.

2. Localización.- La Campaña se realizará inicialmente, como prueba, en los 5º cursos básicos de las Escuelas Fiscales y Colegios particulares de la ciudad de La Paz registrados en la Secretaría Nacional de Educación.

Luego de ser evaluada podrá implementarse a nivel nacional.

3. Difusión.- La Campaña será difundida en forma directa

e indirecta a fin de llegar a la mayor cantidad de niños, reforzando lo enseñado de todas las formas posibles.

La campaña se llevará adelante en forma directa con personas "guías" encargadas de distribuir y explicar las cartillas en los diferentes colegios y escuelas y en forma indirecta, con personas que visiten programas infantiles de televisión y radio como también se elaborarán artículos para ser remitidos a los suplementos infantiles de la prensa escrita.

31. Medios Humanos.- Se recomienda dejar a cargo de la ejecución de la Campaña a la Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de Santa Andrés, que de esta manera cumplirá con el postulado universitario de "Interacción Social", beneficiando a un sector de la comunidad.

Los estudiantes de las Cátedras de Introducción al Turismo, Oferta Turística, Geografía Turística y otras pueden ser los guías de la Campaña como parte operativa y como parte organizativa en forma coordinada proponemos a la Dirección de la Carrera con el apoyo de la Secretaria Nacional de Turismo.

A fin de estimular la participación de los estudiantes de la carrera se sugiere ofrecerles un certificado de horas prácticas o puntaje en prácticas

de las diferentes materias que participen. Además de solventar sus gastos de movilidad.

El número requerido de estudiantes es de 140 divididos en 70 grupos de a dos estudiantes que visitarán a los aproximadamente 350 establecimientos educativos de nuestra ciudad en dos oportunidades. Una para informar y presentar a docentes y Autoridades de dichos establecimientos los objetivos de la "Campaña" y para que se informen del número de estudiantes registrados en 5º Básico. En la segunda visita llevarán el material para distribuirlo y explicarlo.

32. Convenios.- Para lograr una difusión que alcance al mayor número de niños y un máximo de beneficios sería óptimo lograr convenios de participación entre:

- U.M.S.A. y Secretaría Nacional de Turismo que en forma coordinada se constituirían en parte directriz de la "Campaña", organizando y coordinando toda la labor que será llevada adelante, además del cronograma de actividades, la distribución de funciones y la organización del presupuesto.

- U.M.S.A. y Agencias de Viaje : empresas privadas que aportarán económicamente a la impresión y los costos que pueden demandar el desarrollo de la campaña a cambio de un pequeño espacio publicitario en la tapa

posterior de las cartillas.

- U.M.S.A. y Secretaría Nacional de Educación : convenio que facilite y viabilice la visita de los guías de la Campaña a los colegios y escuelas. Es muy importante lograr este convenio porque así será posible acceder a todos los establecimientos educativos de la ciudad, de lo contrario la labor será complicada y se dependerá íntegramente de la buena voluntad y disponibilidad de los Directores.

4. Folletos.- La Campaña educativa seguirá un proceso de educación y reforzamiento para lo que se elaborarán dos tipos de cartillas o folletos: (Ver Anexo 12)

* El folleto del guía: para el portavoz de la Campaña, será una guía informativa sobre todo lo que busca la Campaña , los objetivos que tiene y una descripción de la cartilla para los niños.

* El folleto del niño: que tendrá enseñanzas, mensajes, juegos y concursos.

Además serán imprimidos posters que serán obsequiados como recuerdo a colegios y medios de comunicación.

41. Formato.-

- **DIMENSIONES:** Se elige como tamaño ideal el medio oficio de 16.5 cm. x 21.5 cm. por la facilidad de manipulación.

- **CARACTERISTICAS DE IMPRESION:** Será realizada en colores vivos, sobre papel bond a fin de que los niños puedan fijar su atención fácilmente.

- **PERSONAJES:** El anfitrión será un personaje alegre no bien definido sin características humanas sino mas bien de dibujo animado, pero con expresiones muy claras en el rostro.

También se utilizarán otros personajes para facilitar el entendimiento de los mensajes.

42. Descripción.- El folleto del niño está dividido en tres partes mediante juegos que están al finalizar la explicación que se da sobre un tema específico:

* Primera parte: Dedicada a **TURISMO** que explicará todos los conceptos sobre turismo, sus características y beneficios.

* Segunda parte: Dedicada al **PATRIMONIO** que mostrará algo sobre Bolivia, sus atractivos. La

valoración y conservación de éstos.

* Tercera parte: Dedicada a TURISTA sobre la definición de turista y sus características.

FOLLETO ESCOLAR

*** PRIMERA PARTE:**

-- Página 1: Presentación del personaje e introducción al tema a través de figuras que muestran la idea principal de turismo que es el viaje.

- Recuadro 1: El personaje principal haciéndose la pregunta TU-RIS-MO ?? con fondo de un tucán (fauna), el nevado Condoriri (atractivo natural) y rodeado de flores (flora).

- Recuadro 2: Un globo aerostático multicolor que viaja rodeado de nubes y un sol sonrientes. Con la pregunta Turismo? en la parte superior y con el texto inconcluso Turismo significa...

- Recuadro 3: En el que encontramos un avión, un bus, un barco y un tren que representan a los medios de transporte. Con la pregunta Viaje? en la parte superior y continuando con el anterior recuadro en la parte inferior que dice ...sólo viaje?

-- Página 2: En la que se explican las características del turismo.

~Recuadro 1: El personaje saliendo de su casa por un camino (flecha) que lo lleva hacia diferentes atractivos como la playa, las montañas, un bosque o una iglesia que simbolizan las diferentes motivaciones para hacer turismo.

~Recuadro 2: Un calendario con unos días tachados y con el texto "en un viaje temporal"

~Recuadro 3: Muchos billetes de diferentes cortes, con el texto: "también significa el movimiento de mucho dinero".

~Recuadro 4: El personaje principal fotografiando a una cholita que vende en la calle, con el texto "la relación de personas de diferentes culturas, razas y creencias".

-- Página 3: En la que aún se dan las características del turismo.

~Recuadro 1: Empleados de hoteles y restaurantes, con el texto "creación de puestos de trabajo".

~Recuadro 2: El texto: "Unión de pueblos" encabeza la ilustración de varios países unidos en el espacio.

~Recuadro 3: Una niña campesina dentro de un mapa de

Bolivia acompañada del texto: "Sentirse orgulloso de ser boliviano. Crear, proteger, conocer y valorar nuestras riquezas".

~Recuadro 4: El mapa de Bolivia envuelto como regalo. Con el texto: "porque Bolivia es el mejor regalo que tenemos".

-- Página 4: En la que presentamos un juego de laberinto titulado: "¿ A dónde viajará nuestro amigo? Descubre y marca el camino."

*** SEGUNDA PARTE:**

-- Página 5: En la que empezamos a hablar del patrimonio.

Con las ilustraciones de Tiwanaku, los diferentes pisos ecológicos, una ciudad, flora, fauna y un radiante sol en el cielo azul presentamos el texto: ' Y para hacer turismo el hombre necesita motivos, uno de ellos es el patrimonio turístico de un país y dentro de ese patrimonio está la cultura y la naturaleza. De los dos tenemos mucho en nuestra tierra.

HABLANDO DE BOLIVIA

Bolivia es un país maravilloso que tiene grandes contrastes, pero sobre todo mucha belleza y gente

amigable.

Posee una inmensa riqueza cultural, natural y humana que aún desconocemos, pues nos faltan medios y educación."

-- Página 6: En la que explicamos que RIQUEZA NATURAL, son todos los recursos con los que cuenta una región o país. Afirmación que ilustramos con un bello paisaje de la amazonía , una montaña y una paraba, todo propio de nuestro país.

RIQUEZA CULTURAL, son todas las realizaciones materiales del hombre a lo largo de la historia. Explicación ilustrada con una muestra de la Puerta del Sol, las casas de los Chipayas y una vista de la ciudad, queriendo de esta forma mostrar que lo antiguo, tradicional o étnico al igual que una ciudad moderna son igualmente atractivos.

-- Página 7: En la primera parte y con la ilustración de un regalo en forma del mapa de Bolivia, presentamos el siguiente texto: "Bolivia es un hermoso regalo de la naturaleza que todos debemos amar, cuidar, preservar y debe enorgullecernos el poseer tanto, en riquezas y gente tan noble y luchadora. Todo esto podemos ofrecer a los visitantes y hacer que ellos admiren y gocen al igual que nosotros.

En la segunda parte de la hoja con la pregunta:
" ¿ y si somos tan ricos, por qué vemos por todas

partes, personas que tiran basuras, escriben en paredes y monumentos y destruyen la naturaleza y muestras de cultura que a nuestros antepasados costó mucho tiempo construir? Ilustraciones de una persona trepada en "la horca del Inca", un árbol cortado, un monumento rayado y basura amontonada, culminan el mensaje.

Al final la pregunta: "tú qué opinas" que pretende hacer participar al niño con sus aportes y preocupaciones.

-- Página 8: Junto al título PARA EVITAR TODA ESA DESTRUCCIÓN DEBEMOS...

Presentamos un listado inconcluso de algunas reglas a seguir

...Cuidar y admirar los monumentos.

...Respetar a todas las personas: jóvenes, niños, ancianos, nacionales o extranjeros y su forma de pensar porque tú mereces todo el respeto y consideración de los demás.

...Mantener limpia la ciudad, tu escuela, los parques y si vas de paseo al campo no dejes nada tuyo.

...Cuidar, defender y proteger la naturaleza.

Puntos suspensivos que esperan ser completados por los niños con aquello que ellos juzgan importante para preservar nuestra riqueza.

Los dibujos que acompañan estas afirmaciones son: Cuatro personas abrazadas ellas son de diferentes razas, ocupaciones y culturas .

Una niña regando y cuidando un árbol de la calle.

Nuestro personaje tirando la basura en un basurero.

-- Página 9: Ocupada totalmente con una reflexión:

¿ Es necesario todo ese trabajo ?

Es necesario y muy importante para que los bolivianos disfruten de un país jardín, con aire puro, cielos azules y aprendan de sus antepasados, conozcan y amen su cultura, tradición y folklore.

Vivimos en un país único, mágico y muy hermoso y tenemos la obligación de conservarlo así porque de nosotros depende la integración y el crecimiento de Bolivia.

Tienes un compromiso contigo y los demás bolivianos en tus manos está un gran futuro.

Tú vales y tu granito de arena es muy importante.

PIENSALO!!!

-- Página 10: Presentamos un juego de rapidez mental y destreza, se debe descubrir el mensaje que viene en clave numérica:

"Bolivia el corazón de América tiene montañas valles y llanos. Posee una inmensa y variada fauna y flora además de un folklore inigualable."

-- Página 11: El juego HOY SALIMOS DE VIAJE.

Es un juego en el que pueden participar varios jugadores que a su turno van tirando en dado y avanzando en las casillas si llegan a ciertos números donde están los diferentes departamentos del país deben cumplir con algunos castigos o premios quien llega primero al # 65 gana el juego.

-- Página 12: Explicación de premios o castigos del juego anterior.

*** TERCERA PARTE:**

-- Página 13: En la que cambiamos de tema, ahora empezamos con TURISTA

~Recuadro 1: El personaje con su camisa hawaiana, su cámara fotográfica, una gran sonrisa en una mano y pasajes y dinero en la otra listo para salir de viaje.

La pregunta TURISTA? es respondida con el siguiente texto: Persona alegre que sale de su casa en busca de aventuras, con mucha esperanza y con una gran ilusión de conocer a alguien como tú.

~Recuadro 2: Vacío, e invita al niño a que se vea sí mismo como un turista.

-- Página 14: Explicamos las características de turista

~Recuadro 1: El personaje llegando a un hotel con el texto: "turista es una persona que se encuentra en una región diferente a su residencia y permanece como mínimo 24 horas".

~Recuadro 2: El personaje vestido de minero en una bocamina con el texto: "no son turistas los que van a vivir o trabajar a otro país.

-- Página 15: En la que continuamos la explicación sobre el turista.

~Recuadro 1: Nuestro personaje con su maleta rumbo al aeropuerto, con el texto: "Y tú también eres turista cuando viajas en las vacaciones, visitas otras poblaciones como Copacabana, Los Yungas, Sorata. O cuando viajas a Cochabamba, Santa Cruz."

~Recuadro 2 El personaje ofreciendo una flor a una niña, los dos muy contentos acompañados del texto: " Tú eres la mejor cara que tiene Bolivia, así que de tí depende que un turista "un amigo" se lleve el mas bonito recuerdo: tu amistad- educación y cariño".

-- Página 16: El juego A PENSAR! que es un laberinto en el que el niño debe encontrar el camino mas corto a Cobiya pasando por todas las ciudades del país.

-- Páginas 17 y 18 : Presentamos dos hojas para cortar y formar unos cubos que unidos forman el mapa de Bolivia y en la parte posterior del cubo están algunos atractivos que podemos hallar en cada departamento.

FOLLETO DEL GUIA

Folleto en el que se hará una explicación amplia y clara al guía de la campaña . En las páginas 1 y 2 encontramos la INTRODUCCION y OBJETIVOS DEL CUADERNILLO:

INTRODUCCION

Actualmente en todo el mundo uno de los intereses primordiales es el de brindar a la niñez la información necesaria sobre los diferentes temas de la vida diaria,

a fin de que el niño sea partícipe activo de los cambios que se dan en la sociedad.

La actividad turística se constituye en uno de esos cambios y la conservación de los recursos tanto naturales como culturales es una necesidad imperiosa.

Se ha establecido que la educación sobre turismo y sus distintos tópicos es una necesidad urgente, pues el ciudadano que desconoce todo lo relacionado con turismo o que tiene una idea vaga en torno al tema, no muestra interés en el desarrollo de una actividad, que sin duda, también lo beneficia.

En nuestro país anteriormente se han realizado intentos de educación en el campo turístico, que no alcanzaron a toda la población objetivo por causa de diversos factores adversos que se presentaron en su momento.

Es, ante la importancia que cobra día a día el turismo y por el desconocimiento de la población en torno a este tema que hoy presentamos ante la niñez de nuestra ciudad la "Campaña de educativa sobre turismo y conservación del patrimonio cultural y natural para niños de 5º Básico de la ciudad de La Paz".

Estimado amigo, esta campaña como su nombre lo dice busca educar a niños de 5º Básico de escuelas fiscales y colegios particulares de la ciudad de La Paz inicialmente y dependiendo del éxito que pueda alcanzar

será implementada en un ámbito mayor.

En su gran mayoría la población desconoce el concepto mismo de turismo y los beneficios que conlleva, siendo ésta la principal razón por la que elaboramos la campaña, con el objetivo de que una parte de la población sea educada buscando crear responsabilidad, informándoles y dándoles a conocer a través de juegos y personajes animados los distintos conceptos, que usted amigo, debe transmitir de la forma mas clara posible. Se ha tratado de concebir mensajes, dibujos y juegos que requieran de un mínimo de explicación, es decir, que sean explícitos por sí mismos y que a través de ellos sean los niños que desarrollen el tema siendo usted, por tanto, un guía que ayude a enmarcar el tema evitando el desvío del mismo.

Usted debe conocer en profundidad el tema, debe revisar y leer los folletos de los niños a fin de no ser sorprendido por la perspicacia y sagacidad de los escolares. Usted no debe dar una clase magistral sino que los dejará desarrollar el tema a medida que vayan viendo el folleto.

OBJETIVOS DE ESTE CUADERNILLO

1 - Brindar al guía los medios e instrumentos necesarios para lograr motivar y concientizar a los escolares de 5º Básico.

2 - Orientar al guía en la explicación y forma de llevar adelante la campaña.

3 - Otorgar al guía la información adicional que le permita aclarar dudas que presenten los niños, en sus visitas.

En la página 3: Una explicación sobre los OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA.

En la página 4, se explican las:

RESPONSABILIDADES DEL GUIA

1 - Asistir a la charla explicativa del manejo de folletos y explicación de toda la campaña.

2 - Leer esta guía y revisar todo el material, cuántas veces sea necesario, antes de iniciar sus visitas.

3 - Realizar una práctica con el grupo de guías a fin de asegurar el manejo de los folletos y explicaciones.

4 - Visitar los diferentes Colegios y Escuelas que le sean asignados a fin de presentar al Director y profesores de curso la campaña y fijar el horario disponible para la visita final.

5 - Preparar con tiempo todo el material necesario para su visita.

6 - Asistir puntualmente a todas las visitas fijadas.

7 - Seguir la cartilla paso a paso, Las explicaciones pueden enriquecerse con aportes de los guías. Importante no resumir.

8 - Apoyar el desarrollo del tema, buscando la participación de los niños.

En la página 5 se explica la:

MODALIDAD DE TRABAJO

Para llevar adelante la campaña es necesario tomar en cuenta los siguientes puntos que contribuirán a cumplir los objetivos trazados:

+ Antes de iniciar su trabajo el guía debe presentarse y explicar claramente el por qué de su visita.

+ Para romper la barrera de desconocimiento entre los niños y el guía, éste debe presentar una Dinámica de grupo, par que lo conozcan y tenga cierto dominio sobre ellos.

+ Presentación de la Campaña y distribución de los folletos a los niños, dándoles unos minutos para que lo revisen.

+ Es muy importante obtener la participación de los estudiantes, esto sólo se conseguirá si sus opiniones

son respetadas por el guía.

+ El guía debe actuar como facilitador nunca como director evitando ser lejano e inaccesible, buscando mas bien estar a la altura de los niños.

+ Al finalizar, el guía refuerza todo lo aprendido y se despide de los niños estimulándolos para que revisen y jueguen con las propuestas del folleto.

DINAMICA DE GRUPO : La dinámica sugerida es la de la "telaraña" con un ovillo de lana y sujetando el principio del ovillo el guía empieza dando su nombre, lanza el ovillo a un niño quien debe presentarse y sujetando la lana, lanza el ovillo a otro niño que igualmente se presentará y lanzará el ovillo a otro y así sucesivamente hasta que todos se hayan presentado.

5. Limitaciones.- Es necesario mencionar que en el desarrollo de la campaña se puede tropezar con algunos contratiempos que se conocen con anticipación como es la recepción del proyecto en los colegios y escuelas donde el tiempo disponible es escaso y debe ser planificado con anterioridad para lograr una visita exitosa. Lastimosamente esto no es prevenible pues estamos sujetos a la decisión del Director del establecimiento.

Otros problemas con los que podemos tropezar son huelgas (transporte, magisterio, otras) o rechazo, sino se cuenta con el apoyo de la Secretaría Nacional de Educación

6. Evaluación.- Para evaluar los resultados de la campaña, proponemos un Concurso de dibujo entre todos los niños que fueron educados, con el tema: 'el mas bello atractivo turístico que conozco en mi país'.

Si logramos que envíen sus dibujos el 40 % de los niños beneficiados con la campaña, podremos afirmar que ha sido un total éxito habiendo logrado nuestros objetivos y pudiendo lanzar la campaña en ámbitos mayores. De lo contrario deberemos establecer el por qué de la apatía y las fallas que se cometieron.

Mencionamos sólo el 40 % considerando que trabajamos con niños y que en cuestiones comerciales si se consigue el cambio de actitud del 5% se considera todo un éxito a la campaña comercial.

Para conocer las bases y características del Concurso de Dibujos VER ANEXO 13

7. Presupuesto.-

7.1. Costos de impresión.- La impresión de 17.000 cartillas para los estudiantes tendrá un costo total de

U\$D 13.410 (TRECE MIL CUATROCIENTOS DIEZ 00/100 DOLARES). (VER ANEXO 14)

La impresión de 200 cartillas para los guías tendrá un costo total de U\$D 150.- (CIENTO CINCUENTA 00/100 Dolares).

La impresión de 500 posters alusivos a la campaña, que serán dejados en los diferentes medios de comunicación y como recuerdo en los diferentes establecimientos educativos, tendrán un costo total de U\$S 800.- (OCHOCIENTOS 00/100 Dólares)

Siendo el resultado total de: U\$D 14.360.- (CATORCE MIL TRESCIENTOS SESENTA 00/100 Dólares)

NOTA.- Es necesario aclarar que se pueden rebajar costos si se imprimen los folletos en papel sábana.

7.2. Otros costos.- Conformado por:

* Gasto de movilidades de los guías de la Campaña que en número de 150 divididos en 75 grupos que visitarán los aproximadamente 350 establecimientos en 2 oportunidades, haciéndose un total de 2.250.- Bs. igual a U\$D 463.- (Cuatrocientos sesenta y tres 00/100 Dólares americanos)

* Material de escritorio que será utilizado en cartas

de presentación ante los establecimientos educativos, cintas y otros. Haciéndose un total de U\$D 50.- (Cincuenta 00/100 Dólares Americanos)

* Otros imprevistos U\$D 127.- (Ciento veintisiete 00/100 Dólares americanos)

Obteniendo un monto **TOTAL DE U\$D 15.000.- (QUINCE MIL 00/100 DOLARES AMERICANOS**

7.3. Financiamiento.- Para obtener el financiamiento necesario para llevar adelante la campaña, tanto en los gastos de impresión como de movilidades para los guías podemos sugerir dos opciones:

1ª Convenir en partes iguales entre la Universidad, la Secretaría Nacional de Turismo y la venta de espacios publicitarios de la contratapa de los folletos, es decir anverso y reverso para las agencias de viaje de nuestra ciudad que estén dispuestas a colaborar con el éxito de la campaña.

2ª Conseguir el financiamiento necesario con la gestión de la Secretaría Nacional de Turismo y mediante Participación Popular para la impresión de los folletos.

Este ente gubernamental financia proyectos de interés de la comunidad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de realizar la investigación correspondiente, la revisión de programas, libros, folletos, etc. y tras la elaboración del proyecto que proponemos podemos concluir lo siguiente:

- El turismo es una actividad que día a día crece. En el mundo anualmente millones de turistas visitan diferentes lugares constituyéndose de esa forma en una de las actividades económicas mas importantes.
- Para favorecer el desarrollo del turismo y el incremento del número de visitantes se debe informar a la población sobre los beneficios económicos, sociales y culturales que se obtendrán de esta actividad.
- Bolivia todavía puede ofrecer naturaleza virgen y cultura auténtica. Para conservar intactos estos atractivos muy importantes y demandados en el exterior, es vital educar a la población.
- Se debe informar a la población sobre los aspectos positivos y negativos del turismo con el objeto de que se obtengan mayores beneficios y se reduzcan las probabilidades de destrucción o desvirtuación de sus atractivos.
- Se debe incentivar el deseo de rescatar, conocer y participar las variadas formas de expresión folklóricas y culturales de los bolivianos.

- Se debe buscar responsabilizar a la población de la explotación y conservación de su medio ambiente y su patrimonio cultural.
- Es una necesidad poner en marcha la "campaña educativa" que proponemos porque la situación actual del turismo así lo requiere.
- Se debe dar a conocer a los ciudadanos todos los atractivos turísticos de su país a fin de que los disfrute y los haga suyos.
- Se espera convertir al turismo en la principal fuente de ingreso de divisas del país, para concretizar esta meta se debe formar en el boliviano el espíritu de hospitalidad y respeto por el visitante.
- Es sumamente importante aprovechar la coyuntura actual de la educación que atraviesa un momento de cambio, en el cuál se ha considerado incluir el tema turismo dentro los nuevos programas escolares .
- La universidad debe formar parte activa en la gestión de la Secretaría Nacional de Turismo y la Secretaría Nacional de Educación que con el financiamiento del BID y la Cooperación Española realizarán un estudio sobre la inclusión del turismo en los programas educativos de escuelas de áreas cercanas a los núcleos turísticos del país.
- Se deben llevar adelante una serie de campañas

educativas dirigidas a diferentes estratos de la población que tienen relación con el turismo.

BIBLIOGRAFIA**LIBROS:**

- * Título : EL TURISMO
Fenómeno Social
Autor : Oscar De La Torre
Editorial : Fondo de Cultura Económica,
México, 1984.
- * Título : LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y
RECREACIONALES
El hombre como protagonista
Autor : Roberto C. Boullón
Editorial : Trillas, México, 1986.
- * Título : CONCIENTIZACION TURISTICA
Autor : Alfredo Mireles Vásquez
Editorial : LIMUSA, Mexico, 1987
- * Título : PROMOCION TURISTICA
Un enfoque metodológico

- Autor : Miguel Acerenza.
- Editorial : Trillas, México, 1985.
- * Título : TURISMO Y DESARROLLO EN AMERICA
LATINA
- Autor : Octavio Getino
- Editorial : Limusa, México. 1991
- * Título : COMO HACER LA TESIS
- Autor : Francisco Carrillo.
- Editorial : Horizonte, Lima, 1988
- * Título : LA TESIS DE GRADO
- Técnica de elaboración
- Autor : Huáscar Taborga.
- * Título : Conceptos Básicos de Estadísticas
- Autor : Jack Bradley
- Editorial : AID, México, 1972

- * Título : Introducción a la Estadística
- Autor : Ubaldo Nieto de Alba
- Editorial : Virasa, Madrid, 1978
- * Título : Estadística con Aplicaciones a las Ciencias Sociales
- Autor : Daniel Wayne
- Editorial : Maco, Mexico, 1978
- * Título : El mundo del niño TOMO II
- Autor : Diane E. Papalia
- Sally Wendkor Olds
- Editorial : MCGRAW HILL, México. 1990
- * Título : L'Italia nei rapporti turistici internazionali
- Autor : ANIEST (Associazione Nazionale Italiana Esperti Scientifici del Turismo) 1987.
- * Título : Relazioni Pubbliche e Pubblicità

Autor : Alessandro Perini

Editorial : Scuola Internazionale di Scienze
turistiche. 1989

FOLLETOS Y CUADERNILLOS

* Título : El turismo y los niños en
el Ecuador

Autor : Dirección Nacional de Turismo
División de Promoción, 1983

* Título : Programa de Educación para la
Convivencia

Autor : Cruz Roja Juventud

Editorial: Min. Asuntos Sociales - España,
1991

* Título : Técnicas Participativas para la
educación Popular

Autor : Laura Vargas V.- Graciela
Bustillos

Editorial: CIMCA Centro de Integración de
Medios de Comunicación
Alternativa, La Paz, 1990

- * Título : Planeta Azul
- Autor : Centro de Investigación Social,
Tecnología Apropriada y
Capacitación CISTAC, La Paz, 1990
- * Título : Alerta Seminarios Taller sobre
técnicas Educativas Populares
- Autor : Centro de Apoyo a la Educación
Popular CAEP
- Editorial : POLIGRAF, Cochabamba, 1990
- * Título : El Metaplan Metodología eficaz en
el manejo de Seminarios para el
logro de objetivos con
participación grupal
- Autor : Miguel Ternera Perez
- Editorial : Servicio Nacional de Aprendizaje
SENA La Paz 1991
- * Título : La técnica de enseñanza en el
Kindergarten
- Autor : Amalia E. vda. de Vargas
- Editorial : Ed Don Bosco 1982

- * Título : La muy noble y gran ciudad del Cusco
- Autor : Margarita Jaramillo
- Editorial: FOPTUR - UNESCO
- * Título : Cuando en el Perú no se hablaba castellano
- Recorriendo el Museo Nal. de Antropología y Arqueología.
- Autor : Margarita Jaramillo
- Editorial : FOPTUR - UNESCO, 1984
- * Título : Cuaderno Turístico
- Autor : Celia Barrios - Fernando Vivar
- Editorial : FOPTUR, 1984
- * Título : -Derechos de los niños y de las niñas
- Estimulación temprana
- Todos tenemos los mismos derechos

- Autor : ONAMFA, UNICEF, Min. de
Previsión Social y Salud, Min.
Educación y Cultura, 1991.
- * Título : Podemos visitar Sucre ?
- Autor : Dirección de Turismo de la
Corporación de Desarrollo de
Chuquisaca
- Editorial : CORDECH, 1991
- * Título : Nuevos Programas de Estudio de la
Reforma Educativa
- Autor : Min. Desarrollo Humano
- Secretaría Nacional de
Educación
- UNSTP - UNICOM
- Editorial : Lux (Presencia), 1995
- * Título : Plan Anual de Trabajo, 1995
- Ciencias Sociales
- Ciencias Naturales
- Autor : Lily Guerrero

Instituto Educativo Los
Pinos

* Título : El marco de la responsabilidad del
estado en la gestión del turismo

Autor : Organizacion Mundial del
Turismo, 1983

* Título : Metodología para el
establecimiento y la aplicación de
Planes Directores Turísticos, a
nivel tanto nacional como
regional, con vistas a la
integración progresiva de los
objetivos recomendados por la
declaración de Manila (sobre las
funciones sociales, culturales y
educativas del turismo) en los
objetivos de la planificación
turística a corto y a largo plazo.

Autor : Organización Mundial del Turismo,
1983.

* Título : Bienvenidos los turistas !
Cartilla Turística Escolar

Autor : Secretaría de Turismo, México,
1994

* Título : Bienvenidos los turistas !
Cartilla Turística del maestro

Autor : Secretaría de Turismo,
México, 1994

ANEXOS

ANEXO 1.....	Derechos y Deberes de los niños
ANEXO 2.....	Nueva Imagen de Bolivia
ANEXO 3.....	Destrucción del patrimonio
ANEXO 4.....	Registro de establecimientos educativos
ANEXO 5.....	Campaña de Concientización SENATUR
ANEXO 6.....	Información H. Alcaldía Municipal
ANEXO 7.....	Datos Secretaría de Educación
ANEXO 8.....	Resultados Censo 1992 (La Paz)
ANEXO 9.....	Folletos Ecología
ANEXO 10.....	Programas 5º Básico
ANEXO 11.....	Resultados cuestionario
ANEXO 12.....	Cartillas "Campaña Educativa"
ANEXO 13.....	Concurso de dibujo
ANEXO 14.....	Cotización imprenta

ANEXO 1

**DERECHOS Y DEBERES
DE LOS NIÑOS**

DECLARACION DE LOS DERECHOS DEL NIÑO

Nº 5

 <p>1. El niño disfrutará de todos los derechos enunciados, sin excepción alguna.</p>	 <p>2. El niño gozará de protección y dispondrá de oportunidades y servicios para desarrollarse física, mental, moral, espiritual y socialmente, en condiciones de libertad y dignidad.</p>	 <p>3. El niño tiene derecho desde su nacimiento a un nombre y nacionalidad.</p>	 <p>4. El niño debe gozar de los beneficios de la seguridad social, con todos los derechos a crecer y desarrollarse en buena salud.</p>	 <p>5. El niño física o mentalmente impedido debe recibir el tratamiento, la educación y el cuidado especiales.</p>
---	--	---	---	--

CODIGO DEL MENOR

Ley promulgada mediante Decreto por el gobierno del licenciado Jaime Paz Zamora establece: Todos los niños y niñas que viven en Bolivia tienen derecho a nacer, a vivir y crecer sanos y fuertes; a tener nombre y apellido; a practicar deporte y participar en la vida cultural y artística; derecho a ser respetados; a no ser maltratados. Todos los niños y niñas tienen derecho a ser felices.



Así como todos los niños tenemos derechos, también tenemos deberes como el de cuidar la naturaleza, las plantas, los animales, el aire, la vida.



Tenemos la obligación de estudiar para formarnos y ser útiles a la Patria.



Respetar a los demás.



A querer nuestro país, nuestra gente, nuestra música, nuestra lengua, nuestras costumbres y tradiciones.



6. El niño necesita amor y comprensión, deberá crecer al amparo y protección de sus padres.



7. El niño tiene derecho a recibir educación que será gratuita y obligatoria.



8. El niño debe ser el primero en recibir protección y socorro.

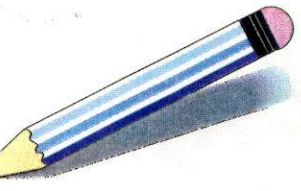


9. El niño debe ser protegido contra toda forma de abandono, crueldad y explotación.



10. El niño debe ser protegido contra las prácticas de discriminación racial, religiosa o de cualquier índole.

La Reforma Educativa es responsabilidad y tarea de todos



ANEXO 2

**NUEVA IMAGEN DE
BOLIVIA**

Secretaria Nacional de Turismo

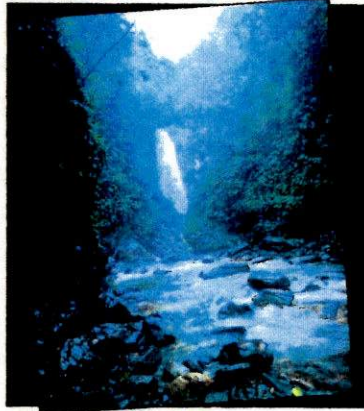
Región de El Chapare

La ciudad de Cochabamba da acceso a lo que se conoce como la zona tropical de El Chapare, a 130 kms de una ruta que lleva a Villa Tunari y Puerto Villarroel, desde donde mediante un arroyo fluvial se puede penetrar a lo más profundo de la zona boliviana y a otro maravilloso recurso natural del país que es el Beni.

El turismo de naturaleza encuentra en esta región la posibilidad de experiencias únicas tanto en el paisaje como en el contacto con las poblaciones indígenas.

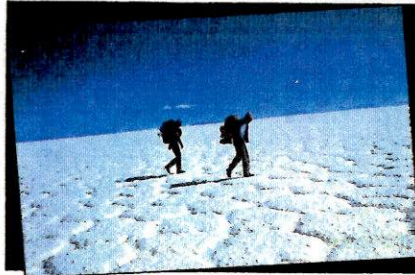
Cochabamba es un centro cultural por tradición, con expresiones artísticas que van desde lo autóctono hasta lo moderno. Destacan en Cochabamba la cerámica y los textiles.

Se ofrecen los diarios desde Santa Cruz y La Paz.



Región del Beni

El Beni constituye uno de las mayores reservas de biodiversidad en el mundo. Además de sus selvas amazónicas, en su territorio se ha desarrollado la gran cultura hidráulica de las Lomas de Moxos, con sus arqueológicos de gran importancia. El triángulo Chacabuela, Oranza, Riberalta, Guayaramerín es un recurso natural y un área de grandes proyecciones para el futuro turístico de la zona. Los cruces por los ríos afluentes del Amazonas permiten apreciar la gran belleza natural y cultural del departamento.



Folklore

Destacan en Bolivia las festividades religiosas con una conjunción sorprendente entre los aspectos principales del cristianismo y las concepciones místicas de los pueblos andinos, además de otras expresiones rituales, ferias de intercambio de productos entre los campesinos, fiestas indígenas y también populares y urbanas, la mayoría de las cuales son de inigualable belleza y colorido.



Gastronomía

En el arte culinario boliviano predomina la cocina típica, de cuerpo, recia, en cierta forma misteriosa y de buen paladar.

La variedad de regiones o comarcas bolivianas se manifiesta también en la diversidad de sus especialidades gastronómicas.

Información Práctica

Bolivia está situada en el corazón de Sud América. Está dividida en 9 departamentos, cada uno con sus características peculiares, con diversidad de clima y altitud. En la zona del altiplano se encuentran La Paz, Oruro y Potosí, con una altitud promedio de 3.800 m.s.n.m. y temperaturas entre los 5°C y los 15°C; en los valles encontramos Cochabamba, Sucre y Tarija, con una altitud media de 2.300 m.s.n.m. y una temperatura media de 23°C; y, por último, los llanos orientales que comprenden Santa Cruz, Beni y Pando con una altitud promedio de 350 m.s.n.m. y temperaturas por sobre los 30°C. Bolivia posee una riqueza etnográfica excepcional en todo su territorio. El país cuenta con gran cantidad de comunidades campesinas y 32 grupos aborígenes originarios que conservan sus costumbres y la pureza de su raza a pesar del tiempo transcurrido desde la Colonia y los intentos de aculturación que se realizaron en esa época.

En lo ecológico cuenta con reservas naturales de gran valor, con especies únicas en flora y fauna, ríos, lagos y salares. En suma, Bolivia es uno de los pocos espacios en la tierra aún no contaminados y el octavo país con mayor biodiversidad en el mundo entero.

En cuanto a acceso, los diferentes departamentos del país están servidos por dos líneas aéreas nacionales: LAB y AEROSUR, así como por un organizado servicio de buses y ferrocarriles. Cuenta con establecimientos de hospedaje de todas las categorías, desde hoteles de 5 estrellas hasta modestos alojamientos.

La unidad de su sistema monetario es el Boliviano (Bs) y se aceptan Tarjetas de Crédito de American Express, Visa y MasterCard.

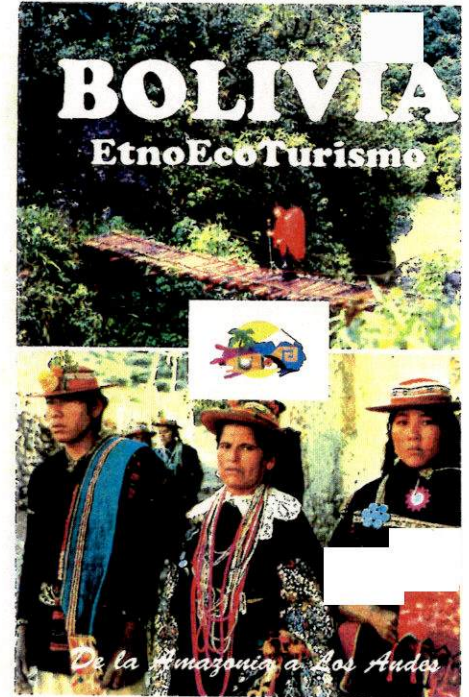
La corriente eléctrica en La Paz es de 110V y 220V, mientras que en el resto del país es únicamente 220V.

La visa de ingreso, en caso de que se requiera, permite permanecer 30 días en el país, pudiendo ampliarse, previa solicitud, a 90 días. En el caso de abandonar el país y volver a ingresar en él, es requerida nuevamente la visa renovada por otra estadía como la primera.

Las comunicaciones con el interior y exterior del país se pueden realizar mediante la Empresa Nacional de Telecomunicaciones, ENTEL. Se cuenta también con faximil a nivel nacional e internacional. El código internacional del país es el 591. Bolivia cuenta con mercados artesanales tradicionales donde se puede encontrar artesanía de diversas regiones del país en platería, tejidos, tallados en madera y piedra, cerámica e instrumentos musicales.

La alimentación es variada, pudiendo encontrarse restaurantes de comida nacional e internacional. Se recomienda, no obstante, degustar los platos típicos del país, así como la variedad de frutas existentes cuyo sabor natural es excelente.

SECRETARIA NACIONAL DE TURISMO
Calle Mercado # 1328 Edif. Mcal. Ballivián Piso 18
Teléfonos: 367463-64 Fax: 591-2-374630
La Paz-Bolivia



Auspician:



CAMARA OFICIAL ESPAÑOLA
DE
COMERCIO E INDUSTRIA EN BOLIVIA

AGROMAN
ALCATEL

ANEXO 3

**DESTRUCCION DEL
PATRIMONIO**

Artículos y fotografías de "EL DIARIO"

La Paz cubierta de humo
La secuencia fotográfica, constituye una demostración de cómo la ciudad de La Paz está cubierta de humo, por efecto de la quema de bosques y pastizales en diferentes regiones del trópico y oriente bolivianos, como también de la vecina República Federativa del Brasil.



Contaminación en la ciudad de La Paz

Una bruma matutina cubre todos los días la ciudad de La Paz, producto de la contaminación ambiental producida por una enorme cantidad de vehículos-fábricas y el descuido de los habitantes de esta metrópoli. La sede de Gono enfrenta el peligro de convertirse en otra ciudad como las existentes

en diferentes países cercanos, con una alta polución, producto de la improvisación de sus autoridades. El 5 de este mes se recordará el Día Mundial del Medio Ambiente. Como un homenaje a esta fecha, es ya tiempo de adoptar medidas en favor de los habitantes que se encuentran en esta capital.

Prefectura y CDF iniciaron campaña educativa en defensa del medio ambiente

Santa Cruz, junio 23 (EL DIARIO). La Prefectura del Departamento y el Centro de Desarrollo Forestal (CDF), iniciaron una campaña educativa denominada "Defensa y Protección del Medio Ambiente y los Recursos Naturales".

La apertura de la campaña fue realizada en instalaciones del centro educativo de deportes, Jhonh Pictor Blanco, ubicado en el segundo anillo de circunvalación de esta ciudad, a la que acudieron importantes autoridades como ser el Prefecto del Departamento, Julio Leigue Hurtado; representantes del Centro de Desarrollo Forestal y un gran número de establecimientos educativos.

El Prefecto del Departamento, Julio Leigue Hurtado, manifestó que el objetivo es encontrar mecanismos que garanticen la conservación del medio ambiente y los recursos naturales.

Explicó que la campaña tiene dos aspectos importante en los cuales deberán trabajar arduamente los organizadores: uno modificar la conducta de los adultos frente a la naturaleza y su preservación y el segundo, es formar una nueva mentalidad en los futuros protagonistas de una nueva era ecológica como es la juventud y la niñez.



Ante la irracional explotación de los recursos naturales, la prefectura y el Centro de Desarrollo Forestal iniciaron una campaña de protección en esta ciudad.

Leigue agregó que la Prefectura del Departamento se encargará de coordinar y dirigir el accionar de la campaña.

Por su parte, el Secretario de Agricultura del CDF, Luis Hurtado, in-

dicó que la campaña se lleva adelante con los recursos generados por remate de pieles saurios que se realizó en anteriores meses del presente año.

Hurtado, explicó que el monto recaudarse por el remate de pieles de

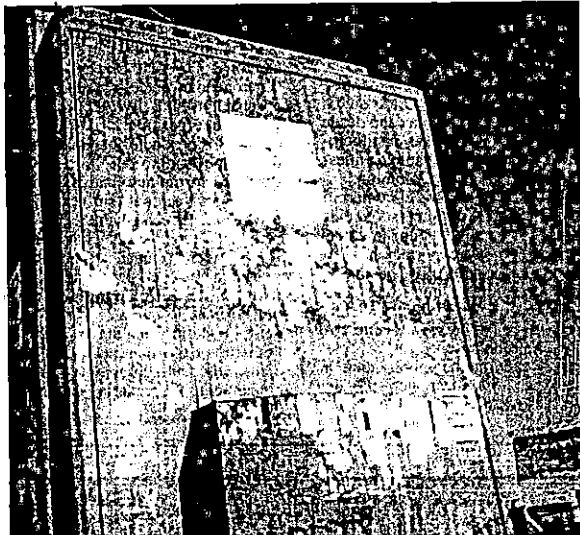
saurios, los cuales estarán destinados al programa iniciado hoy, será de 230 mil dólares los cuales deberán ser desembolsado por el CDF a lo largo de este año mientras dure la campaña.



Ayer por la tarde se produjo un amago de incendio de árboles en plena avenida 16 de Julio, al parecer por la acción irresponsable de algunos juveniles que prendieron fuego a uno de los pino ornamentales, pero felizmente la oportuna intervención del Cuerpo de Bomberos de La Paz, que acudió prontamente dominó el fuego que podía haber comprometido a otros árboles en el paseo de El Prado.

La Policía dijo anoche, que se encuentra investigando el caso y que sobre todo se trata de averiguar e identificar a los autores de este hecho criminal en contra de la ecología y el medio ambiente

Monumentos descuidados



Desde hace tiempo atrás se ha podido notar que la mayoría de los monumentos de la ciudad de El Alto y las bases donde están erigidos se encuentran en un estado lamentable.

Existe gente que se dedica a destrozarse jardines, pintarrajar paredes y donde están ubicados los monumentos como muestra la fotografía.

Lo lamentable es que no existe el control necesario de las autoridades y menos se preocupan por limpiarlos, dando un espectáculo lamentable.

ANEXO 4

**REGISTRO DE ESTABLECIMIENTOS
EDUCATIVOS**

Secretaría de Educación

ANEXO 4

REGISTRO ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS

ESTABLECIMIENTO	TELEFO	DIRECCION
16 de Julio	328867	Tumusla 524 Rosario
1o de Mayo	s/n	c. Batallon Illimani Central
20 de Octubre	s/n	Ignacia Zeballos La Portada
24 de Junio	s/n	Alto Panpahasi
24 de Septiembre	s/n	Pza. Sucre San Pedro
4 de Julio	s/n	c. Jose Saravia 1837 Tembladerani
6 de Agosto	s/n	c. Jose Ma. Valdivia V. Copacabana
6 de Junio	s/n	Federico Jofre Alto Obrajes
Abraham Lincoln	s/n	V. 18 de Mayo Vino Tinto
Agustin Aspiazu	368612	c. Aspiazu esq. 20 de Octubre Central
Alcides Arguedas	s/n	c. Benencio Burgoa 727 San Pedro
Alfonso Pardo Uzeda	s/n	c. Hnos. Artola s/n Chamoco Chico
Alfredo Ariano	368837	Av. Tejada Sorzano 1612 Miraflores
Alfredo Vargas	s/n	El Polvorin 650 V. Fatima
Almirante Grau	s/n	c. Santa Cruz 187 Central
Alonzo de Mendoza	s/n	c. Juan de Vargas Miraflores
Alto Tembladerani	s/n	c. # 5 Agosto Alto Tembladerani
Antofagasta	s/n	Pza. A. de Mendoza 600 Central
Armando Cortez	368830	c. Ignacio Zeballos Munaypata
Bautista Saavedra	343775	c. Asuncion V Victoria
Belisario Diaz Romero	373100	c. Pichincha 761 Central
Boliviano Noruego	s/n	Av. Busch Miraflores
Carlos Andres Perez	356047	c. Max Paredes B. Aires 689 Rosario
Carlos Medinacelli	s/n	c. Jose Saravia 1837 V. Victoria
Carlos Salinas Aramayo	s/n	Av. Illimani Miraflores
Centro Educativo Holanda	s/n	Av. Entre Rios 1179 Cementerio
Centro Educativo Holanda	s/n	Av. Entre Rios 1179 Cementerio
Chasquipampa	s/n	c. 50 Chasquipampa
Claudio Sanjines	368612	c. Aspiazu esq 20 de Octubre Central
Club de Leones #1	s/n	La Portada
Club de Leones #2	s/n	La Portada
Cnl. Max Toledo	s/n	Av. Kollasuyo 1486 La Portada

Copacabana de F y A	352867	La Portada
Corazon de Jesus de F y A	352349	Prolong. Cordova Pura Pura
Cristo Rey Fe y Alegria	s/n	Pelayo # 1008 Cristo Rey
Daniel Sanchez Bustamante	s/n	Av. Tejada Sorzano 155 Miraflores
Delia Gambarte de Quezada	s/n	Alto Pampahasi
Don Bosco	367243	Av 16 de Julio Central
Don Bosco(m)	s/n	c. 8 #155 Pampahasi
Eduardo Abaroa	369339	c. Max Paredes B. Aires 689 Rosario
Eduardo Idiaquez	329373	Av Montes Central
Eduviges vda. de Herzog	s/n	c. Indaburo 1289 Central
Eliza de Ballivian	368815	c. Sucre s/n Central
Elodia B. de Lijeron	s/n	c. Jose Ma. Valdivia V. Copacabana
Eloy Alvarez Plata	353617	c. Ascarrunz 221 Central
Eloy Salmon	s/n	c. Juan de Vargas Miraflores
Emeterio Rada	s/n	c. Juan de Vargas Miraflores
Escobar Uria	s/n	Alto Pampahasi
Estado de Israel	s/n	c. Isaac Soria Cementerio
Esteban Arze	s/n	Tumusla 524 Rosario
Federico J. Salinas	s/n	c. Josefa Mujica 2115 V. San Antonio
Fernando Bravo	358229	Av Armentia 506 Central
Fernando Nogales	s/n	Menendez y Pelayo # 1008 Sopocachi
FFAA de la Nacion	s/n	Bosque de Bologna
Francisco de Miranda	s/n	Bella Vista B. Municipal
Franz Tamayo	s/n	c. Villamil de Rada 1170 V Nuevo Potosi
Genaro Gamarra	s/n	c. Catacora 779 Norte
Genoveva Rios	s/n	c. Josefa Mujica 2115 V. San Antonio
George Washington	353121	Pza Libano San Pedro
Gil Tapia Rada	s/n	Ciudadela Ferroviaria Pura Pura
Gral. Jose de San Martin	320827	Pje Tapia s/n V. San Antonio
Gregorio Reynolds	s/n	c. Saracho esq. Vargas Miraflores
Guillermo Monje Ortiz	s/n	Av. Chacaltaya Norte
Heriberto Guillen Pinto	361415	Av. Naciones Unidas Central
Hernando Siles	311944	Pje Arandia s/n V. Fatima
Irene Nava Del Castillo	s/n	c. 4 #20 V. El Carmen
Ismael Montes	311088	c. Inca 600 Central

IV Centenario	s/n	Zona IV Centenario
Jacqueline Kennedy	s/n	Cancha Litoral Vino Tinto
John F. Kenedy	s/n	Av. Achachicala
Jorge Monje Zapata	s/n	V. Santiago de Lacaya
Jose Carrasco Torrico	s/n	c. David Crespo Castelu Tembladerani
Jose Manuel Indaburo	s/n	c. Ingavi Central
Jose Manuel Pando	s/n	c. Isaac Soria Los Andes
Jose Santos Vargas	s/n	Alto Llojeta
Juan Francisco Bedregal	s/n	c. Iturralde 1003 Miraflores
Juan Herchel		Pza. Obrajes
Juan Manuel Barea	s/n	Km.4 Av. Periferica
Juan Pablo II	s/n	Alto Seguencoma
Juana Azurduy de Padilla	368809	c. J. Sanjines 615 Central
Julio C Patino	s/n	c.21 7880 Calacoto
Julio C Patino tarde	s/n	c. 21 7880 Calacoto
La Merced	s/n	Final. R. Salomon V. La Merced
Ladislao Cabrera	s/n	c. Bilbao La Vieja 1837 Parque Libano
Las Lomas	s/n	Alto Llojeta
Libertad	s/n	c. Bilbao La Vieja 1196 Obispo Indaburo
Lindauro de Campero	s/n	c. Pichincha 776 Norte
Litoral	338856	Av. Achachicala
Lucio Velasco Flores	301153	c. Panticirca Alto Pura Pura
Luis Adolfo Siles Salinas	s/n	c. Comercio 1048 Central
Luis Espinal Campos	s/n	V. Pasankeri
Luis Uria de la Oliva	s/n	Av. Naciones Unidas Central
Luxemburgo	s/n	Pza de Obrajes
Manuel Ballivian	s/n	Av. Saavedra 2256 Miraflores
Manuel Bernal Mariaca	343775	c. Asuncion V. Victoria
Marien Garten	351435	c. Spahaqui 3343 Cementerio
Max Paredes	369802	Av. 6 de Agosto esq Aspiazu
Mcal. A. Santa Cruz	368834	c. Santa Cruz 187 Central
Mejillones	330792	c. Luis Tapia s/n V San Antonio
Mercedes Fienco de Ayala	s/n	Av. Kollasuyo 1486 La Portada
Mixta Caracas	s/n	c. Escobar U V. Copacabana
Mixta Kalajahuirra	s/n	Av. Cotapata Kalajahuirra

Modesta Sanjines	368804	c. Calama 315 Norte
My. Waldo Ballivian	s/n	c. #4 V. Armonia
Natalia Palacios	368820	c. Catacora 530 Norte
Nestor Penaranda	384121	Pje Ortega s/n Rosario
Nestor Penaranda	384121	Pje Ortega s/n Rosario
Nicolas Fernandez Naranjo	s/n	Vino Tinto
Nino Jesus	s/n	Gral Gonzales 1272 San Pedro
Pablo Iturri Jurado	s/n	Av. Cotapata Chuquiaguillo
Piloto Adhemar Gehain	368805	Av. Brasil s/n Miraflores
Piloto Naciones Unidas	368805	Av. Brasil 520 Miraflores
Rafael Pabon	327287	c. Indaburo 1289 Central
Remberto Tapia	356521	c. Villamil de Pada V. Nueva Potosi
Rene Barrientos Ortuno	s/n	c. 7 Villa Armonia
Rep de Puerto Rico	368835	c. David Crespo 1003 Tembladerani
Republica Arabe de Egipto	s/n	c. Santa Cruz 534 Central
Republica de Argentina	368810	c. Campero 72 Central
Republica de Brasil	368807	Av. Montes Central
Republica de Canada	s/n	Av. Buenos Aires 1188 Rosario
Republica de China	330778	c. Mcal Braun V. Pabon
Republica de Colombia	368811	Av. 6 de Agosto 2336 Central
Republica de Cosat Rica	s/n	Av. Buenos Aires 1588 V. Nuevo Potosi
Republica de Cuba	368832	Pza. Sucre San Pedro
Republica de Espana	356313	c. Batallon Illimani Central
Republica de Guatemala	368830	c. Calama 315 Norte
Republica de Italia	s/n	c. Ignacia Zeballos Munaypata
Republica de Japon	s/n	c. Luis Eguia 1087 Tembladerani
Republica de Mexico	368816	c. Ingavi 869 Central
Republica de Panama	368817	c. Iturralde 1003 Miraflores
Republica del Ecuador	368811	Av. 6 de Agosto 2336 Central
Republica del Paraguay	s/n	c. Santa Cruz 534 Central
Republica del Peru	368836	Av. 6 de Agosto Central
Republica Dominicana	s/n	c. Luis Eguia 1087 Tembladerani
Ricardo Jaimes Freire	s/n	V. 18 de Mayo
Ricardo Jose Bustamante	s/n	c.W.A. Espana s/n B. Grafico
Rogelio Ayala Moreira	s/n	Av. Delicias V. Chapuma V. Fatima

Rosemary G. de Barrientos	790200	Pza. Irpavi
Sagrado Corazon de Jesus	s/n	c. Hnos. Artola s/n Alto Chijini
San Antonio Fe y Alegria	s/n	c. 9 Final V. San Antonio
San Jose (Bajo Llojeta)	s/n	Bajo Llojeta
Santa Rosa Grande	s/n	El Polvorin s/n V. Fatima
Santo Tomas	352867	c. Hnos Artola Chamoco Chico
Sargento Tejerina	s/n	Pza. Sucre San Pedro
Sergio Manuel Villegas	s/n	c. 16 de Julio Kupini
Sergio Suarez Figueroa	s/n	2o Crucero final Av. Periferica
Simon Rodriguez Carreno	310182	Pje. Arandia s/n V. Fatima
Sra. de Copacabana	368834	c. Santa Cruz 187 Central
Sta Rosa	s/n	La Florida Calacoto
Tupac Katari	s/n	Alto Villa Copacabana
Uni. Educ. Simon Bolivar	s/n	Av del Maestro Alto Obrajes
Unid. Educ. Copacabana	s/n	c. Pedro Villamil V. Copacabana
Ventura Farfan	s/n	c. Mariscal Braun V. Pabon
Vicenta Juariste Eguino	341028	c. Pichincha 761 Central
Victor Munoz Reyes	369339	Max Paredes B. Aires 428 Rosario
Villa Callapa	s/n	Villa Callapa
Villa Fatima	s/n	Pza Arandia V. Fatima
Walter Strub	s/n	c. 30 esq Espinal Cota Cota
PARTICULARES		
Adventista del Sur		c. 23 Calacoto
Adventista Fernando Sthal		c. Los Andes 972
Adventista Miraflores		Av. Busch Miraflores
Aleman Ave Maria		V. Fatima
Aleman Mcal Braun		Achumani
Alexander Von Humboldt		Bajo Seguencoma
American Cooperative College		c. 10 Calacoto
American School		c. Junin Central
Amor de Dios		San Jorge Sopocachi
Amoretti		Sopocachi
Argentino Boliviano		c. Diaz romero Miraflores

Ateneo	c. 28 Cota Cota
Bethesda	Los Rosales Sur
Boliviano Israelita	Canada Strongest Central
Boliviano Japonés	c. Harrington Central
Cristo Rey	V. Copacabana
Don Bosco	Av. 16 de Julio Central
Ernest Hemingway	Achumani
Franco Boliviano	c. 11 Achumani
Fray Bernardino Cardenas	c. Murillo Central
Horizontes	c. 9 Calacoto
Ingavi	Miraflores
Ingles Catolico	c. Murillo Central
Instituto Americano	Av. 20 de Octubre Central
Instituto Bancario	Miraflores
Instituto Educacional Britanico	c. 13 esq Ormachea obras
Instituto Educativo Los Pinos	c. 23 Calacoto
Jerusalem	Villa San Antonio
La Paz	V. Copacabana
La Salle	La Florida
Leonardo Da Vinci	c. 10 Obras
Libertadores de America	c.28 Cota Cota
Loretto	San Miguel
Lourdes	c. Humahuaca Central
Luis Alberto Pabon	c. Pichincha 992 Central
Madres Adoratrices	c. Aspiazu 638 Sopocachi
Maria Auxiliadora	Almirante grau 578
Maria Inmaculada	Presbitero Tapia 994
Maria Mazarello	Villa Victoria
Marien Garten	Munaypata
Mariscal de Zepita	c. 12 Obras
Mary Carla	Villa San Antonio
Mayor de San Jenaro	
Mcal. Jose de San Martin	c. Rodriguez
Miguel de Cervantes	EEUU 1166 Miraflores
Montessori	Av Costanera Auquisamna

Montserrat	c. 50 Cota cota
Nuestra Sra. Itati	c. Villalobos Miraflores
Pan American School	
Principe de Paz	c. Bueno Central
Rosa Gattorno	av. 14 de Septiembre Obrajes
Rumajay School	Villa Victoria
Sagrados Corazones	Av. Mcal Santa Cruz Central
Saint Andrews	La Florida
Saint Germain	Av. Roma Obrajes
Saint Paul	c. Catacora Norte
Saint Peters	Sopocachi
San Andres	Pje. Av Arce Central
San Antonio de Padua	c. Chuquisaca Central
San Calixto	Jenaro Sanjines, Indaburo Central
San Fernando	c. Murillo Central
San Francisco III orden	c. Sagarnaga
San Geronimo	c. Murillo Central
San Ignacio	Bajo Seguencoma
San Jose	Villa Victoria
San Marcos	c. Pioneros de Rochedale Sopocachi
San Patricio	c. Aspiazu Sopocachi
Santa Ana	c. Loayza
Santa Eufrasia	c. 6 Obrajes
Santa Teresa	Av. Saavedra Miraflores
Santisima Trinidad	c. Junin Central
Unidad Educativa del Ejercito	Irpavi Sur
Unidad Educativa Paz Mery Nava	Villa armonia
Unidad Educativa San Jorge	
Verdad y Vida	Bajo Seguencoma Final



ANEXO 5

**CAMPAÑA DE
CONCIENTIZACION**

Secretaria Nacional de Turismo



MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO
SECRETARIA NACIONAL DE TURISMO
BOLIVIA



CONCIENTIZACION TURÍSTICA A ESTUDIANTES DE COLEGIOS

ANTECEDENTES.

La Secretaría Nacional de Turismo se encuentra preocupada por la gran cantidad de Jóvenes de últimos años de colegios que se trasladan en masa hacia países vecinos. El alto índice de turismo estudiantil el que genera una gran cantidad de divisas para Chile, Brasil, Argentina, Uruguay y Perú motiva a esta Institución a realizar una labor de concientización y fomento del Turismo Interno, el mismo que fortalece la identidad de la Bolivianidad.

OBJETIVOS.

Los objetivos principales que se persiguen son los siguientes:

- * Promover el Turismo interno en el Departamento de La Paz.
- * Generar conciencia en torno al Patrimonio cultural y Turístico con que cuenta nuestro País.
- * Motivar al Joven Paceño a visitar su propio territorio
- * Brindar los elementos necesarios de Promoción de la Ecología y el Medio Ambiente.

METAS.

- * Concientizar en una primera fase al 50% de los estudiantes de las Pre y Promociones de los Colegios Privados tanto de la ciudad como de El Alto
- * En la Segunda fase se pretende completar este trabajo para luego posteriormente concientizar a los colegios Fiscales en ambas ciudades.

METODOLOGÍA

La Metodología a utilizar será la siguiente.

- 1.- Informara a cerca del proyecto a las Principales autoridades de Educación, tanto privadas como públicas informando en torno al proyecto.
- 2.- Promover disertaciones de los estudiantes de la Carrera de Turismo a los estudiantes de colegios de 3ro y 4to medio a través de videos, Slides y otros.
- 3.- Explicación de los circuitos ya efectivos del Departamento de La Paz.

ANEXO 6

INFORMACION

H. ALCALDIA MUNICIPAL

Bus Cultural y Bus Museo



H. MUNICIPALIDAD DE LA PAZ
B O L I V I A

DIFUSION DE NUESTRO PATRIMONIO CULTURAL
BUS MUSEO BUS CULTURAL
(Tec. Lidia Cuevas)

Es una función de los museos llegar a todos los ciudadanos a través de programas de difusión, que tengan el propósito de informar y concientizar a la población sobre la riqueza y el valor de los bienes culturales que protegen y no tan sólo ser inmuebles de exposición, sino más bien lograr que los objetos transmitan en alguna medida su significado, los acontecimientos históricos-culturales de nuestro país.

La H.A.M. de La Paz, en ejecución del plan integrado de motivación y formación educativa a través de la Oficialía Mayor de Cultura, tiene dos programas de difusión cultural: "El Museo Sale a la Calle" (Bus Museo) y "Conociendo nuestros Museos" (Bus Cultural).

BUS MUSEO: Es una iniciativa plausible en bien de nuestra sociedad y particularmente para la educación en general. El Bus cumple un papel muy importante en el que hacer cultural de nuestra ciudad y El Alto, pues facilita el acceso y posibilita a la población el conocer, apreciar y revalorizar nuestra riqueza cultural. El Bus Museo trabaja bajo la consigna "Si la gente no viene a los museos, los museos van hacia ellos". El servicio presta a quienes por diferentes motivos no visitan los museos; sea por desconocimiento de su existencia, recursos económicos limitados, falta de interés o mala utilización de su tiempo libre.

Es un Bus de transporte de pasajeros habilitado para Museo, cuyo exterior está pintado por el artista Gastón Ugalde. En el interior se encuentran vitrinas de exposición, en la cual se exponen piezas representativas de los Museos Municipales: Museo de Metales Preciosos Precolombinos, Museo Casa de Murillo, Museo del Litoral Boliviano, Museo Costumbista y el Museo Tambo Quirquincho.

La exhibición en el interior y exterior del Bus Museo es un panorama del arte y cultura de nuestro país, en sus diferentes etapas.

a) Epoca Precolombina: Objetos arqueológicos, es decir piezas que pertenecen a las primeras culturas que se asentaron en nuestro territorio: Chiripa, Wankarani, Tiwanaku, Mollo e Inca. Se observan trabajos en diferentes materiales y técnicas: piedra, metal, hueso, tejidos y también cerámica principalmente de carácter ceremonial.

b) Epoca Colonial.- A la llegada de los españoles comienza una nueva época, en la cual se produce el mestizaje cultural, y el objetivo es mostrarlo en el arte, para lo cual se llevan: cuadros de pintura coloniales además de platería civil y religiosa de los siglos XVIII y parte del XIX.

1825 marca el inicio de un nuevo período histórico para nuestro país



H. MUNICIPALIDAD DE LA PAZ
BOLIVIA

y se conoce como época Republicana, para lo cual mostramos retratos de nuestros presidentes, fotografías de monumentos arquitectónicos y otros. Además de llevar cuadros contemporáneos, con el propósito de infundir en los estudiantes el deseo de desarrollar su talento artístico, para lo cual se llevan pinturas en diferentes estilos artísticos: abstractos, realistas y paisajes.

En la tercera vitrina se exponen los premios de la feria de las Alasitas, son trabajos artesanales en miniatura con diferentes materiales; que tienen el objetivo de mostrar el patrimonio artístico popular, nuestro folklore por medio de la muestra de trajes típicos y folklóricos de las diferentes regiones de nuestro país, instrumentos musicales, tejidos y otros.

La reacción de la población a este servicio ha sido positiva, pues consideran al Bus Museo como un medio de educación que posibilita el entendimiento y la revalorización en forma objetiva y clara del desarrollo cultural de nuestro país.

El bus sale dos veces por semana en horario continuo de 9:00 a 15:00, para en lugares estratégicos de cada barrio, ya que su objetivo es llegar a la población en general, porque se considera que es un derecho y una obligación el conocer y revalorizar nuestra cultura.

Desde su inauguración (1989) el bus ha visitado los diferentes barrios de nuestra ciudad, extendiendo los últimos años este servicio a la ciudad de El Alto. Las estadísticas que a continuación se detallan demuestran la afluencia de visitantes al Bus Museo, en las diferentes zonas que visitó, las cuales estos últimos años decuplicaron las cifras totales de los Museos Municipales:

1989	34.714
1990	142.823
1991	18.026
1992	39.770
1993	46.150
1994	<u>17.384</u>
TOTAL :	297.867 visitantes

La programación se realiza por el sistema de agotar todos los barrios de la ciudad de La Paz y El Alto, así también respondiendo a invitaciones o solicitudes que realicen las diferentes instituciones, especialmente educativas.



H. MUNICIPALIDAD DE LA PAZ
BOLIVIA

BUS CULTURAL : Con el objetivo de apoyar a la educación de colegios y escuelas, principalmente de áreas marginales de nuestra ciudad y El Alto. Estudiantes que no pueden venir a los museos por varios factores : desconocimiento , falta de interes, recursos económicos limitados. En el programa "Conociendo nuestros museos", se coordina con las direcciones de los diferentes establecimientos educativos, facilitandoles un vehículo con capacidad de 40 personas, servicio gratuito que recoge y devuelve a los alumnos (del/al) establecimiento. Asi mismo realiza el paseo por centros de interes historico cultural del centro de la ciudad de La Paz, visita acompañada por guías especializados .

PARTICIPACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS ESCOLARES

Como se indica en los objetivos, lo que se pretende con las actividades propuestas en el Programa "Conociendo Nuestra Ciudad", es generar en los jóvenes estudiantes una visión crítica de su ciudad y una actitud participativa frente a los desafíos que presenta el desarrollo urbano.

Para ello, la Municipalidad de La Paz, pide que los establecimientos participantes en el programa promuevan en sus alumnos la realización de trabajos de investigación sobre los problemas urbanos, con la búsqueda de soluciones que impliquen a la comunidad educativa y si fuera posible a los vecinos de la zona adyacente al establecimiento.

Durante el mes de octubre, mes aniversario de la Fundación de la Ciudad, se realizará una feria con los trabajos elaborados por los establecimientos participantes en el programa.

EDUCACION Y CULTURA URBANAS

CONOCIENDO NUESTRA CIUDAD

Programa de Educación No Formal

Cómo participar?

Solicitándolo en: Dirección de Educación Comunal

Casa Municipal de Cultura (4to. piso)

Teléfonos: 374668
374669

*La Paz es nuestra ciudad,
cuidemos de ella.*

LA PAZ - BOLIVIA

1990

MUNICIPALIDAD DE LA PAZ

El presente programa, tiene como marco referencial las Políticas Municipales para el Desarrollo Cultural y Educativo de la ciudad de La Paz (Oficialía Mayor de Cultura de 1986), dirigida al campo de la niñez y la juventud

El programa Conociendo Nuestra Ciudad, ha sido elaborado por la Municipalidad de La Paz, a través de la Oficialía Mayor de Cultura y responde a la necesidad de brindar a estudiantes del ciclo intermedio, una aproximación al conocimiento de la problemática urbana y de las soluciones que se van dando como respuesta a los desafíos que plantea el desarrollo de nuestra ciudad.

OBJETIVOS:

Iniciar a los estudiantes en la comprensión de los problemas propios del desarrollo urbano.

Desarrollar la sensibilidad del joven estudiante respecto a los desafíos que presenta nuestra ciudad.

Lograr un efecto multiplicador de esta experiencia ampliando su influencia a la escuela, familia y barrio.

Despertar un espíritu crítico y motivar una actitud de cambio que pueda incentivar propuestas de soluciones concretas.

CONTENIDO

El programa estará dirigido a enfocar las siguientes temáticas:

SANEAMIENTO:

- **Basura.**- Problemas emergentes recolección.- disposición.- reciclaje, etc.
- **Agua.**- Contaminación de fuentes.- tratamiento.- abastecimiento.
- **Alimentos.**- Producción.- procesamiento.- almacenamiento.- transporte.- expendio.
- **Vivienda.**- Ambiente ecológico.- condiciones mínimas sanitarias.

RIESGOS Y EMERGENCIAS:

- Erosión.- uso de suelos.- sistemas de defensa.- forestación, etc.

ORGANIZACION:

- Asentamientos humanos.- flujos migratorios.
- Transporte público y privado.- vialidad, flujo: volumen y distribución

ACTIVIDADES

La Oficialía Mayor de Cultura pone a disposición de los establecimientos que soliciten participar en el programa:

A: MICROBUS DE EDUCACION URBANA

Para realizar un recorrido por la ciudad, y en particular por aquellos lugares que permitan a los estudiantes entrar en contacto directo con los problemas urbanos y las soluciones que se encararan.

Esta actividad es exclusiva para estudiantes de 3ero. Intermedio y se podrá realizar por grupos de no más de 30 personas.

B: EXPOSICION AUDIO-VISUAL

A pedido de los establecimientos, la Oficialía Mayor de Cultura, instalará en los locales escolares, una muestra de la realidad urbana de la ciudad de La Paz, la misma que está compuesta por:

- fotografías
- videos
- maquetas

Esta muestra será presentada por el personal de la Oficialía Mayor de Cultura, capacitado especialmente.

La exposición estará disponible para cada establecimiento por el tiempo de 3 horas (en turno matutino o vespertino)

ANEXO 7

INFORMACION

ALUMNOS INSCRITOS

EN 5° BASICO

Secretaría Nacional de Educación



MINISTERIO DE DESARROLLO HUMANO
SECRETARIA NACIONAL DE EDUCACION
B O L I V I A

MATRICULA INICIAL DE ALUMNOS POR SEXO GESTION 1993

AREA URBANA CIUDADA LA PAZ

CICLO NIVEL	I N S C R I T O S		
	V	M	T
Pre-Pasico	7.915	7.788	15.703
Basico	27.349	26.988	54.337
Intermedio	15.827	16.202	33.034
Medio	13.830	14.587	28.417

AREA URBANA CIUDADA LA PAZ (PARTICULAR)

CICLO NIVEL	I N S C R I T O S		
	V	M	T
Pre-Pasico	1.932	1.935	3.867
Basico	12.393	11.626	24.019
Intermedio	6.952	6.942	13.894
Medio	9.119	9.622	18.741

AREA URBANA EL ALTO LA PAZ

CICLO NIVEL	I N S C R I T O S		
	V	M	T
Pre-basico	2.577	2.390	4.967
Basico	21.551	20.851	42.402
Intermedio	9.236	8.215	17.451
Medio	6.037	5.789	11.826

AREA URBANA EL ALTO LA PAZ (PARTICULAR)

CICLO NIVEL	I N S C R I T O S		
	V	M	T
Pre- Basico	345	294	639
Basico	2.807	2.668	5.475
Intermedio	1.836	1.487	3.323
Medio	2.016	1.676	3.692

ANEXO 8

RESULTADOS CENSO 92

LA PAZ

Instituto Nacional de Estadísticas

CUADRO CP.04

CIUDAD: LA PAZ

POBLACION DE 5 Y MAS AÑOS POR LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL EN EL MOMENTO DEL CENSO, SEGUN LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL CINCO AÑOS ANTES

LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL CINCO AÑOS ANTES DEL CENSO	POBLACION DE 5 Y MAS AÑOS													
	TOTAL	LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL EN EL CENSO											EN EL EXTERIOR	SIN ESPECIFICAR
		EN EL PAIS												
		TOTAL	EN EL DEPARTAMENTO				EN OTRO LUGAR DEL PAIS							
			TOTAL	Ciudad de La Paz	Otro Urbano	Area Rural	Sin Especificar	TOTAL	Area Urbana	Area Rural	Sin Especificar			
T O T A L	633,399	630,366	624,995	620,201	1,166	3,084	544	5,371	4,170	705	496	1,658	1,375	
EN EL PAIS.	620,180	620,155	614,909	610,143	1,160	3,071	535	5,246	4,057	698	491	-	25	
AREA URBANA.	598,445	598,422	593,875	591,477	1,085	1,076	237	4,547	3,940	240	367	-	23	
AREA RURAL	18,378	18,376	17,838	15,780	61	1,961	36	538	75	450	13	-	2	
SIN ESPECIFICAR.	3,357	3,357	3,196	2,886	14	34	262	161	42	8	111	-	-	
CHUQUISACA	2,288	2,288	2,003	1,992	3	6	2	285	232	46	7	-	-	
Area Urbana.	1,727	1,727	1,494	1,489	2	2	1	233	227	4	2	-	-	
Area Rural	257	257	211	208	-	3	-	46	3	41	2	-	-	
Sin Especificar.	304	304	298	295	1	1	1	6	2	1	3	-	-	
LA PAZ	590,131	590,112	588,440	583,769	1,124	3,022	525	1,672	1,144	189	339	-	19	
Ciudad de La Paz	567,787	567,771	566,144	564,472	445	1,002	225	1,627	1,114	182	331	-	16	
Otro Urbano.	5,613	5,612	5,594	4,938	612	38	6	18	14	2	2	-	1	
Area Rural	14,715	14,713	14,694	12,651	56	1,952	35	19	11	4	4	-	2	
Sin Especificar.	2,016	2,016	2,008	1,708	11	30	259	8	5	1	2	-	-	
COCHABAMBA	6,654	6,653	5,908	5,888	7	10	3	745	648	64	33	-	1	
Area Urbana.	5,955	5,954	5,292	5,276	6	8	2	662	640	12	10	-	1	
Area Rural	515	515	457	455	-	1	1	58	5	52	1	-	-	
Sin Especificar.	184	184	159	157	1	1	-	25	3	-	22	-	-	
ORURO.	4,955	4,955	4,419	4,400	10	9	-	536	374	135	27	-	-	
Area Urbana.	3,954	3,954	3,585	3,574	5	6	-	369	356	8	5	-	-	
Area Rural	829	829	688	680	5	3	-	141	13	124	4	-	-	
Sin Especificar.	172	172	146	146	-	-	-	26	5	3	18	-	-	
POTOSI	5,253	5,253	4,569	4,559	5	3	2	684	501	163	20	-	-	
Area Urbana.	3,766	3,766	3,278	3,271	4	1	2	488	476	8	4	-	-	
Area Rural	1,333	1,333	1,156	1,155	-	1	-	177	23	153	1	-	-	
Sin Especificar.	154	154	135	133	1	1	-	19	2	2	15	-	-	
TARIJA	2,011	2,010	1,728	1,725	3	-	-	282	248	26	8	-	1	
Area Urbana.	1,777	1,776	1,527	1,524	3	-	-	249	241	6	2	-	1	
Area Rural	182	182	155	155	-	-	-	27	6	20	1	-	-	
Sin Especificar.	52	52	46	46	-	-	-	6	1	-	5	-	-	

CUADRO CP.06
 CIUDAD: LA PAZ
 POBLACION DE 6 Y MAS AÑOS POR SEXO Y ASISTENCIA ESCOLAR, SEGUN GRUPO DE EDADES

GRUPO DE EDADES	POBLACION DE 6 Y MAS AÑOS														
	T O T A L					H O M B R E S					M U J E R E S				
	T O T A L	ASISTE	NO ASISTE PERO ASIST.	NUNCA ASISTIO	SIN ESPECIFICAR	TOTAL	Asiste	No Asiste Pero Asist.	Nunca Asistió	Sin Especificar	TOTAL	Asiste	No Asiste Pero Asist.	Nunca Asistió	Sin Especifica
T O T A L	615.876	238.322	324.882	47.930	4.742	291.243	121.744	153.679	13.688	2.132	324.633	116.578	171.203	34.242	2.610
6	15.143	12.522	397	1.994	230	7.588	6.259	210	1.010	109	7.555	6.263	187	984	121
7	44.690	43.785	327	494	84	7.512	7.092	161	216	43	7.178	6.693	166	278	41
8	44.979	44.262	349	292	76	7.534	7.193	162	134	45	7.445	7.069	187	158	31
9	15.292	14.817	364	246	65	7.666	7.344	178	108	36	7.626	7.273	186	138	29
10	15.760	14.738	608	210	204	7.958	7.482	257	99	120	7.802	7.256	351	111	84
11	15.448	14.574	645	178	51	7.812	7.441	257	82	32	7.636	7.133	388	96	19
12	17.311	16.104	911	210	86	8.721	8.231	367	76	47	8.590	7.873	544	134	39
13	15.884	14.450	1.111	206	117	7.823	7.342	361	66	54	8.061	7.108	750	140	63
14	15.455	13.338	1.798	263	56	7.329	6.699	534	73	23	8.126	6.639	1.264	190	33
15	15.905	13.150	2.364	331	60	7.292	6.554	628	95	15	8.613	6.596	1.736	236	45
16	15.832	12.203	3.199	369	61	7.169	6.130	901	113	25	8.663	6.073	2.298	256	36
17	16.162	11.273	4.392	377	120	7.269	5.658	1.469	90	52	8.893	5.615	2.923	287	68
18	16.894	9.848	6.523	453	70	7.563	4.881	2.523	134	25	9.331	4.967	4.000	319	45
19	15.203	7.981	6.727	423	72	6.821	3.859	2.827	111	24	8.382	4.122	3.900	312	48
20 - 24	73.213	27.050	43.219	2.501	443	33.998	14.108	18.901	818	171	39.215	12.942	24.318	1.683	272
25 - 39	164.349	22.276	131.134	9.998	941	76.885	12.263	61.351	2.905	366	87.464	10.013	69.783	7.093	575
40 y MAS	157.009	6.151	120.814	29.385	659	73.607	3.208	62.592	7.558	249	83.402	2.943	58.222	21.827	410
SIN ESPECIFICAR	1.347	-	-	-	1.347	696	-	-	-	696	651	-	-	-	651

NOTA.- No Incluye Personas que Residen Habitualmente en el Exterior, Encontrándose en Tránsito en El País.

ANEXO 9

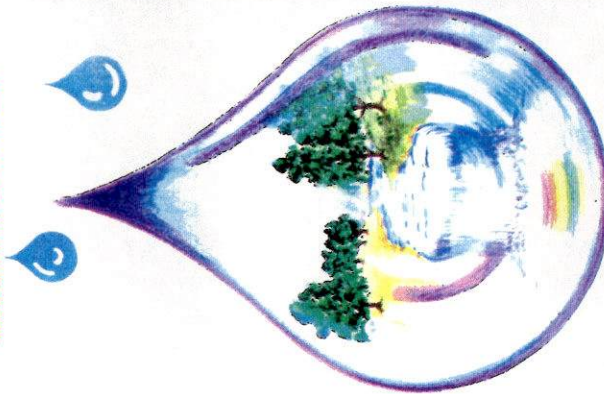
FOLLETOS ECOLOGIA

Plan Internacional Altiplano

Min. de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente



MINISTERIO DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y MEDIO AMBIENTE
SECRETARÍA NACIONAL DE RECURSOS NATURALES Y MEDIO AMBIENTE
SUBSECRETARÍA DE RECURSOS NATURALES
SUBSECRETARÍA DE PROMOCIÓN



EL CUIDADO DE NUESTROS RECURSOS AGUA Y BOSQUES, UNA RESPONSABILIDAD DE TODOS UN COMPROMISO CON EL FUTURO

DÍA MUNDIAL DEL ÁRBOL
DÍA INTERAMERICANO DEL AGUA
LA PAZ, BOLIVIA - OCTUBRE, 1995

EL RIEGO:

10.- Los arbolitos recién plantados son como un niño recién nacido, que necesitan mucha agua cuidados y cariño.



11.- En épocas secas se debe regar con bastante agua 2 a 3 veces por cada semana.



12.- El agua da vida a los arbolitos, al hombre y a los animales. Así crecerán con rapidéz en el altiplano.

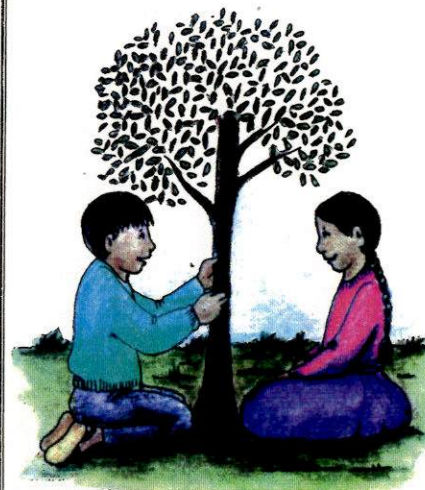


¿Para qué sirven los arbolitos?

- ✓ Los árboles nos dan felicidad porque nos alegran el paisaje.
- ✓ Actúan como barrera contra los vientos fuertes.
- ✓ Las hojas abonan el suelo para producir mejor.
- ✓ Nos protegen de las heladas y sequías.
- ✓ No dejan erosionar los suelos.
- ✓ Son los pulmones de nuestra Pachamama.
- ✓ Los árboles mantienen la humedad.
- ✓ Donde existen muchos árboles, las lluvias caen primero.
- ✓ Los árboles protegen a los cultivos y contrarrestan las heladas.
- ✓ Nos proporcionan sombra y belleza en nuestro altiplano.
- ✓ Los árboles crean microclimas, sirven para hacer cultivos.

Jornadas Culturales de Educación Forestal

RIEGOS Y PROTECCIONES



"EL NIÑO Y SU ÁRBOL"

"En nuestro Altiplano Plantar árboles es Plantar vida"

ANEXO 10

PROGRAMAS 5º BASICO

Instituto Educativo Los Pinos
Secretaría Nacional de Educación

Instituto Educativo
"Los Pinos"

Plan Anual de Trabajo

Asignatura: Ciencias Sociales.
Curso: Quinto Básico.
Profesora: Sra. Lily Pardo de Guerrero.

Caracterización de la asignatura.

La asignatura de Estudios Sociales, comprende el conjunto de varias asignaturas que se ocupan del estudio del hombre, de sus relaciones con los demás hombres y con el medio ambiente, así como de su superación.

Busca formar generaciones con un pensamiento social positivo, crítico-reflexivo y favorable al bienestar y progreso de la sociedad.

Desarrolla habilidades para participar en actividades de grupos que tienden a resolver problemas de la sociedad.

Formar hábitos de convivencia y buenas relaciones humanas de respeto, responsabilidad, solidaridad y compromiso social con su comunidad.

Favorece a la comprensión de los acontecimientos sociales relacionándolos de causa a efecto.

Aprecia las diferentes manifestaciones culturales: Nacionales e Internacionales, reconociendo valores espirituales, morales y cívicos.

Las Ciencias Sociales son un medio a través del cual se prepara al alumno a percibir de como era antes la vida social, como es en el presente y lo hace reflexionar como será mañana.

Objetivos Generales.

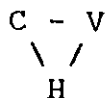
- 1.- Valorar la cultura boliviana a partir de las actividades ocasionales programadas a un nivel reproductivo-aplicativo.

V - C
(Ed) \ /
H

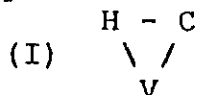
- 2.- Demostrar derechos y deberes a partir de sus acciones cotidianas hacia una sociedad justa a un nivel reproductivo-aplicativo.

V - C
(I) \ /

- 3.- Desarrollar el pensamiento crítico-reflexivo a partir de hechos históricos y coyunturales a un nivel reproductivo-aplicativo.



- 4.- Valorar los recursos naturales como patrimonio generacional a partir de una preservación inmediata del medio ambiente a un nivel reproductivo-aplicativo.
- 5.- Desarrollar la orientación en tiempo y espacio a partir del uso permanente de medios y material didáctico a un nivel reproductivo-aplicativo.



Eje de Unidades: "La Comunidad Boliviana.

Unidad I: Geografía.

Objetivos.

- Determinar la situación y accidentes geográficos de Bolivia a partir de su orientación en el tiempo y espacio, a un nivel reproductivo-aplicativo.
- Analizar la estructura organizativa del Estado Boliviano a partir de características a un nivel reproductivo-aplicativo.
- Analizar las funciones e importancia de los servicios públicos y medios de comunicación a partir de visitas a un periódico y un canal de televisión a un nivel reproductivo-aplicativo.

1.- Representaciones geográficas.

- a) Paralelos.
- b) Meridianos.
- c) Línea Ecuatorial.
- d) Ubicación geográfica de Bolivia.
 - En relación a la línea del Ecuador, y
 - En relación al meridiano de Greenwich.

2.- La República de Bolivia.

- a) Situación y límites.

- b) Extensión.
- c) Población.
- d) Idioma.
- e) Religión.

3.- Pérdidas territoriales.

- a) Extensión al crearse la República.
- b) Superficie total de desmembramientos.
- c) Causas y consecuencias.

4.- Zonas geográficas de Bolivia.

- a) Zona occidental o montañosa.
- b) Zona oriental o de los llanos.

5.- Cuencas hidrográficas.

- a) Cuenca del Amazonas.
- b) Cuenca del Paraguay.
- c) Cuenca Cerrada o Lacustre.

ORGANIZACIÓN

1.- Organización social de la comunidad boliviana.

CONTENIDOS.

1.1 El hombre y su medio físico natural y modificado.

- a) Costumbres, folklore, ocupaciones.
- b) Diferentes formas de vida de los habitantes de cada zona.

2.- Organización política-administrativa.

2.1 División política de Bolivia.

- a) Capital de Bolivia.
- b) Departamentos: Capitales, población y extensión.
- c) Litoral (Departamento cautivo).
- d) La Paz, sede del gobierno.

2.2 Organización administrativa.

- a) Concepto de democracia.
- b) La Constitución política del Estado.

- c) Poderes del Estado: Municipios y Gobierno Estado.

2.3 Gobierno escolar.

- a) Organización de la Directiva del Curso.
- b) Elección democrática de los representantes del curso.

3.- Organización económica de la comunidad boliviana.

CONTENIDOS.

3.1 Recursos naturales.

- a) Recursos renovables: Cultivables.
- b) Recursos no renovables.
- c) Recursos permanentes.

3.2 La industria y la artesanía.

- a) Concepto.
- b) Formas de producción.
- c) Materias primas.

3.3 Minería e hidrocarburos.

- a) Antecedentes históricos de la minería.
- b) Antecedentes históricos de la explotación de los hidrocarburos.
- c) Zonas de mayor producción de minerales.
- d) Centros de mayor producción de petróleo y gas, refinación.
- e) Visitas GEOBOL y YPFB.

3.4 Agricultura y ganadería.

- a) Principales zonas agrícolas y ganaderas del país.
- b) Características del trabajo agrícola y ganadero.
- c) Evolución de la agricultura.
- d) Ventajas y desventajas en el proceso de la agroindustrialización en el campo.
- e) Importancia.

3.5 Recursos forestales.

- a) Principales zonas forestales de Bolivia.
- b) Variedad de árboles: Madera, goma, castaña, etc.
- c) Valor y defensa de nuestros recursos forestales.

3.6 El comercio en Bolivia.

3. AREA CIENCIAS DE LA VIDA

El propósito del área

El propósito de la enseñanza de las ciencias en el nivel de la educación primaria, es lograr el aprendizaje de competencias que permitan al niño alcanzar mayores comprensiones en sus relaciones con su medio social y natural. Para alcanzar este propósito, el área Ciencias de la Vida participa del enfoque que parte de los aprendizajes, sentimientos, vivencias, experiencias y, en definitiva, saberes que los niños han acumulado en su proceso de socialización en el ambiente familiar.

La enseñanza de las ciencias, basada en los acontecimientos y problemáticas de la vida cotidiana, determina que su aprendizaje esté estrechamente ligado con las necesidades del mundo de vida de los niños. De esta manera, amplia las comprensiones acerca de sus relaciones con el mundo social y natural que rodea al niño, le abre nuevas posibilidades de conocimiento e interés por problemas sociales o científicos situados más allá de su experiencia inmediata.

En este sentido, destaca la idea de que dichas comprensiones no son el resultado de visiones parciales acerca de la realidad sino que constituyen un todo integrado e interrelacionado. Todo esto significa desarrollar en los niños, la capacidad de relacionar diversos aspectos en la explicación de un fenómeno y, a su vez, relacionar estos fenómenos con las experiencias de su vida cotidiana.

En consonancia con ello, la propuesta de la Reforma Educativa en el área de las Ciencias de la Vida toma en cuenta las siguientes consideraciones que la fundamentan:

Enfoque del área

- a). Reconocimiento de la diversidad cultural y lingüística del país y su importancia en la construcción del conocimiento del medio social y natural.

- Diversidad cultural como base

En nuestro país existen diversos pueblos y sociedades que mantienen su propia visión del mundo, sus costumbres, tradiciones, hábitos, lengua, en definitiva: su cultura.

La intención central de esta propuesta es reconocer esta diversidad cultural como un recurso. Pedagógicamente esto permite enriquecer las visiones sobre el mundo social y natural que tienen los alumnos y los maestros. Reconocer que las culturas originarias tienen sus propias formas de resolver sus problemas sociales y los surgidos de su relación con la naturaleza puede servir como un punto de referencia importante a tomar en cuenta a la hora de resolver nuestros problemas contemporáneos.

El reconocimiento de esta diversidad cultural y lingüística, está asociado al gran proyecto de construir una sociedad más democrática y plural, esto es, de reconocer a los pueblos indígenas y mestizos y a sus culturas el legítimo derecho a ser, pensar, sentir y actuar en forma diferente.

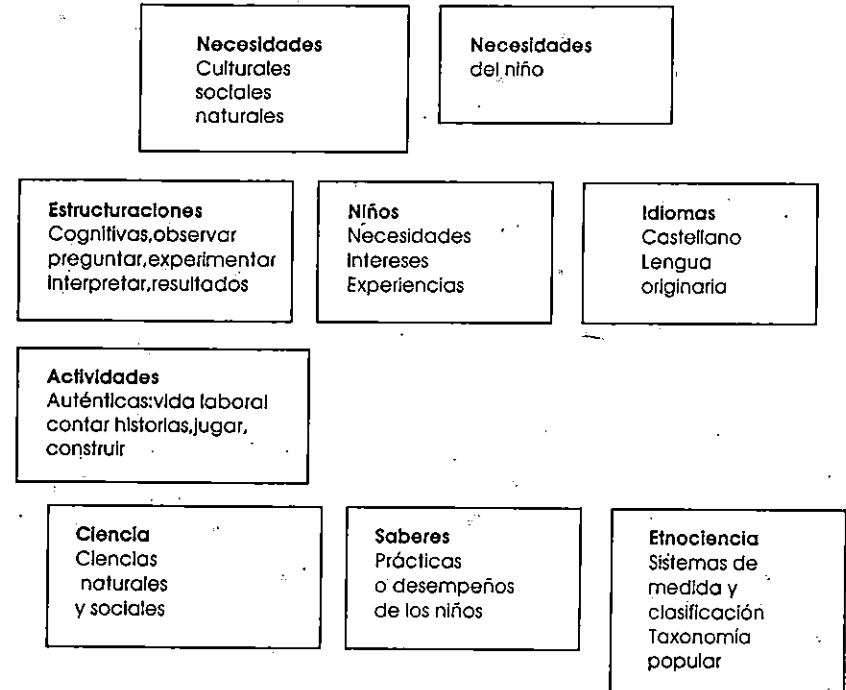
Partir de este reconocimiento es afirmar que no existe una sola historia ni una sola forma de observar y relacionarse con la naturaleza como tampoco existen formas únicas de situarse en el tiempo y en el espacio.

Es necesario hablar de historias diferentes, de diversas formas de relacionarse entre las personas, hombres y mujeres; de distintas formas de concebir el origen y los horizontes de la humanidad y el mundo.

- Etnociencia

En este sentido, es importante destacar que cada sociedad organizada posee sus propios conceptos, procedimientos e instrumentos que le permiten comprender y relacionarse con su entorno. A este conjunto de conocimientos teóricos y prácticos, producidos o asimilados, vigentes o no en su respectivo contexto sociocultural se ha denominado **etnociencia**. En las Ciencias de la Vida este es un elemento básico a tomarse en cuenta a la hora de desarrollar los aprendizajes de las ciencias.

b). La enseñanza de las Ciencias de la Vida centrada en los intereses de los niños



El modelo didáctico de la enseñanza de las Ciencias de la Vida asume que las concepciones, ideas y saberes de los niños son el punto de partida para el desarrollo de sus aprendizajes. Sin embargo, estos conceptos y saberes no son iguales en todas las regiones ni en todos los niños. La naturaleza de los mismos está estrechamente articulada al contexto social en el que se desenvuelven niños y niñas; es decir, es su vida cotidiana la que tiene una influencia decisiva para definir sus interpretaciones de su medio social y natural.

Por ello, este modelo se orienta hacia:

- la vida cotidiana de la población
- la vida cotidiana de los niños
- la utilidad de las ciencias para la vida cotidiana

+ los problemas del medio ambiente

la necesidad de aprender ciencia "haciéndola"

la necesidad de partir de motivos e intereses de los niños

En consecuencia, la enseñanza no deberá centrarse en los principios de las especialidades científicas ni en los del saber local o Etnociencia. Tampoco los procedimientos científicos (comunicar, observar, hacer experimentos, investigar, experimentar, observar sistemáticamente, comparar, elaborar hipótesis y otros) ni las actividades cotidianas (vida laboral, interpretaciones, juegos), tienen un fin en sí mismas.

Más bien, los métodos y los conocimientos de las ciencias figuran como

en acuerdo también a las necesidades y libertades individuales.

d) Ambitos de aprendizaje

Al organizarse el área alrededor de las necesidades de los niños, los ámbitos de aprendizaje son precisamente aquellos que atañen a los requerimientos de los niños para establecer una más amplia relación con su medio social y natural. Estos ámbitos son los siguientes:

- El niño como persona, como parte de la familia y como miembro de la comunidad

Desarrollo de la personalidad del niño, contribuyendo al fortalecimiento de su autoestima.

Cuidado del cuerpo, de la salud a través del conocimiento de las enfermedades, de su prevención y de una buena nutrición.

Desarrollo de competencias sociales para comprender su rol en la familia y en la comunidad, así como para trabajar cooperativamente asumiendo valores de respeto y tolerancia hacia los otros.

- La familia y la comunidad como ámbitos de convivencia

Reconocimiento de sus grupos sociales más inmediatos como la familia y el grupo socio cultural a los que pertenece y conocimiento de la diversidad cultural y geográfica del país.

Conocimiento de sus roles sociales, superando prejuicios y estereotipos que impiden una formación integral de niños y niñas. Valoración de los sistemas sociales de los grupos con los cuales interactúa.

Reconocimiento de los sucesos

históricos de los grupos sociales inmediatos, de su país y el mundo.

- Paisaje social y paisaje natural: cambio, sucesión y permanencia

Estudio de los recursos naturales y de las problemáticas del medio ambiente: el agua, la erosión, la basura, la desertificación, la quema de bosques, la contaminación.

Observación, explicación y conocimiento de los fenómenos naturales, la composición de la tierra, el aire, el calor, las transformaciones químicas, la velocidad, la energía, el cosmos.

La riqueza de la fauna y flora en el país, su composición y estructura, las clasificaciones de plantas y animales.

Los recursos tecnológicos, los medios de comunicación, los medios de transporte y su impacto en la vida social.

Conocimiento y uso de estructuras cognitivas como la investigación, la experimentación, la consulta, las clasificaciones, la comparación, la elaboración de hipótesis.

- La práctica de la participación ciudadana

La comunidad y su desarrollo. La comunidad como referencia para la práctica y como posibilidad de desarrollo.

La sociedad mayor, sus organizaciones políticas y su articulación con la comunidad. Lo económico, lo político, la participación para el desarrollo sostenible y la participación ciudadana.

Competencias Generales que debe lograr el niño al finalizar el nivel primario.

1. Desarrolla su personalidad con el conocimiento, cuidado y aceptación de su cuerpo, respetando las diferencias de edad, características físicas, de sexo y de pertenencia a grupos socioculturales determinados.
2. Adquiere hábitos de higiene y cuidado personal tanto en beneficio personal como en beneficio de los demás, promoviendo el valor de la buena nutrición y de la salud.
3. Valora su pertenencia a grupos sociales como la familia o su comunidad, reconociendo su papel dentro de ellos y apreciando su lengua, costumbres y saberes.
4. Acepta y respeta las características de comportamiento, puntos de vista, conocimientos y hábitos de vida de otras personas, grupos y culturas diferentes a la suya.
5. Se sitúa dentro de un tiempo y espacio a través de la percepción de los cambios que suceden en el medio natural, sus propias actividades y la de los grupos sociales de su entorno.
6. Comprende la duración, sucesión y simultaneidad de hechos sociales e históricos como sucesos en los que intervienen factores económicos, sociales, políticos y colectividades con intereses y aportes diferentes.
7. Identifica y se apropia de los referentes históricos básicos, símbolos, tradiciones, saberes y valores culturales de su comunidad y el país, valorando y respetando la diversidad a través de las actividades de la

escuela en la comunidad

8. Observa, describe y explica fenómenos naturales, atmosféricos y meteorológicos que ocurren a su alrededor y en contextos más lejanos y los relaciona con comportamientos individuales y sociales.
9. Percibe la diversidad de los seres vivos en su ambiente, similitudes y diferencias, apoyándose para ello en las categorías de su propia cultura como en las provenientes de otras esferas de conocimiento.
10. Describe objetos de su alrededor y de contextos más lejanos, tomando en cuenta los materiales de que están hechos, sus propiedades físicas y las utilidades para el ser humano.
11. Desarrolla explicaciones acerca de los objetos de su alrededor distinguiendo las diferencias entre sus movimientos, su velocidad y su trayectoria.
12. Reconoce y describe transformaciones en el estado de la materia, la energía y su relación con las actividades de los seres humanos.
13. Percibe la existencia de una distribución y comportamiento de las estrellas, la luna y el sol y establece relaciones con las actividades de los seres humanos.
14. A partir del conocimiento del ciclo del agua en los sistemas meteorológicos e hidrográficos, describe las características físicas de su entorno y las relaciona con las actividades laborales y sociales que se realizan
15. Participa en actividades cooperativas, desarrollando relaciones democráticas y equita-

herramientas, como recursos de ayuda que serán elegidos de acuerdo a las necesidades del niño, al tipo de problema a solucionar o para la interpretación del medio social y natural.

El trabajo de maestros y maestras consiste en ampliar los conocimientos útiles y no en transmitir inactivamente contenidos de las ciencias que quedan afuera de la vida cotidiana de los alumnos. Ahora interpretará, "leerá" lo que los niños saben y hacen, despertando su curiosidad y de potenciándola con los conocimientos de las ciencias a través de actividades auténticas: es decir que sean relevantes, significativas y funcionales para su contexto y su cultura.

c) Aspectos centrales que comprende el área de las Ciencias de la Vida

- Los conceptos y los instrumentos de la ciencia como mediadores

La enseñanza de los conceptos de la ciencia y la tecnología se asienta en la concepción de que ellos permiten ampliar los horizontes culturales de los niños, al constituirse como herramientas y recursos de ayuda para lograr mayores comprensiones que su relación con el medio social y natural les exige. Por ello mismo, se debe destacar que dichos conocimientos no pueden estar desligados de su origen social; al contrario, en la enseñanza este aspecto se pone de relieve porque su aprendizaje se asocia íntimamente a la idea de que las formas de conocimiento responden a los requerimientos que una sociedad ha determinado.

En este sentido, la experiencia del conocimiento de las ciencias debe seguir el camino del aprendizaje activo. La experimentación, el uso o hasta la construcción de aparatos sencillos de investigación física, de experiencias de transformación de elementos químicos y otras posibilidades de aprendizaje se inscriben en el trabajo de la

enseñanza de las ciencias.

Asimismo, en el área se encara también el desarrollo de competencias que dispongan a los niños a comprender sistemas complejos de interrelación entre organismos, su ambiente y los objetos. Se trata también de asimilar comprensiones en torno a la influencia de los fenómenos naturales sobre la conducta de los seres humanos, las transformaciones de la materia y la noción de microorganismo en la explicación de sus consecuencias sobre la vida de los seres humanos y la naturaleza.

Así, el aprendizaje de la ciencia, sus procesos de investigación y experimentación y sus avances pueden ser aprovechados también como instrumentos que posibiliten una apertura a un mayor enriquecimiento de sus conocimientos y posibilidades de vida:

- La comunidad como contexto de aprendizaje

El área de Ciencias de la Vida propone concentrar los aprendizajes en el reconocimiento de la comunidad como contexto funcional de aprendizaje y como un espacio y una forma de vida legítimas, incentivando la participación de los niños y niñas y sus padres al interior de ella. Se busca que la escuela vea a la comunidad como una expresión de cultura con todas sus posibilidades de desarrollo. Asimismo, se busca que se relacionen los problemas que tiene la comunidad con los problemas sociales, políticos y económicos de la sociedad boliviana.

- Conocer el medio valorando la identidad del niño y valorando la identidad de los otros

El reconocimiento de su identidad empieza en el niño por el reconocimiento de su cuerpo y por ser cada vez más consciente de sus actividades físicas y sociales. Esta es una de las bases para la adquisición de las nociones de tiempo y espacio a partir del propio niño.

Al desarrollarse el progresivo descubrimiento del mundo, se busca que el niño sea capaz de respetar y valorar realidades culturales, históricas, sociales y naturales diferentes a la propia. Se trata de mirar hacia afuera desde la propia perspectiva cultural y social, reconociendo y buscando modificar incluso hasta las injustas relaciones de dominación y dependencia presentes en los diferentes ámbitos de la sociedad.

La toma de conciencia de su posición social sumada al proceso de socialización que ocurre en la escuela deberá convertirse en el primer paso de la participación ciudadana. Así, la formación de la conciencia histórica permitirá a niños y niñas afirmar su identidad personal, social y cultural. La conciencia histórica permite ver analíticamente el pasado para comprender el modo de vida presente y para que la experiencia sea la base de los comportamientos y actuaciones futuras.

Se trata de superar la visión parcial de la historia basada en hechos y personajes excepcionales y ampliar esta visión desarrollando la capacidad de entender los hechos sociales situados en un contexto en el que intervienen grupos y colectividades con intereses y aportes distintos.

La relación de los seres humanos con la naturaleza en función de un desarrollo sostenible

Las acciones educativas apuntan a la necesidad de recuperar los formas de conocimiento y relacionamiento con el medio ambiente natural que han establecido los pueblos originarios, en tanto se trasciende el simple cálculo utilitario con la naturaleza en beneficio de una relación mucho más armónica y de mutuo equilibrio. Asimismo, se trata de promover un compromiso del niño con el medio ambiente, de tal manera que participe activamente en el desarrollo sostenible de su

comunidad y comprenda y transmita los conceptos y las prácticas ecológicas al medio en que vive.

- Un espacio en construcción para una relación equitativa entre hombres y mujeres

Los valores que se asumen para la construcción de una convivencia basada en el respeto, también hacen referencia a la necesidad de contribuir al establecimiento de relaciones de género equitativas. El respeto por hombres y mujeres y sus diferencias es uno de los contextos básicos de la relación entre pares en la escuela y en la relación entre maestros y maestras. El logro de la igualdad de oportunidades para ambos géneros trasciende el marco de la interacción social impregnando las instituciones y las relaciones sociales, los espacios públicos y privados y por tanto el conjunto de situaciones y actividades de aprendizaje.

- Una ética para la vida

La escuela está en el deber de proporcionar las condiciones para la adquisición de valores que permitan a los niños vivir con dignidad consigo mismos y con los demás. El valor a la vida, al trabajo, al estudio y a la justicia, a la paz y la democracia en todos los ámbitos de la vida social, así como el respeto a la naturaleza, a las culturas, sus lenguas y sus expresiones son los ejes sobre los cuales se desarrollan aquellas actitudes y valores, superando y cuestionando toda forma de violencia y discriminación fundada en las diferencias culturales de raza, sexo o edad.

- La trascendencia humana

La escuela debe forjar también la reflexión acerca de la vida y de la muerte. La expresión de los sentimientos de religiosidad y de la imperiosa necesidad de alcanzar explicaciones y concebir creencias para situarse en el mundo debe ser contextualizada en acuerdo a la forma como se han resuelto en las culturas estas cuestiones y

ANEXO 11

**RESULTADOS NUMERICOS
DEL CUESTIONARIO**

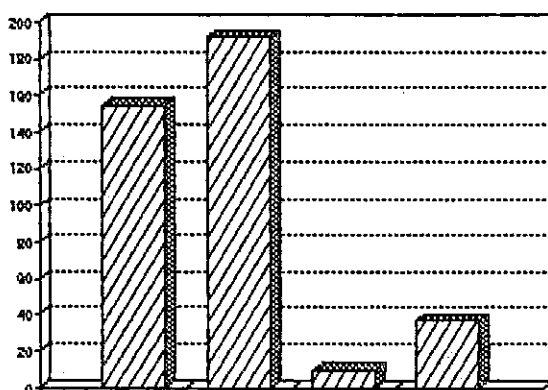
ANEXO 11

RESULTADOS ENCUESTA

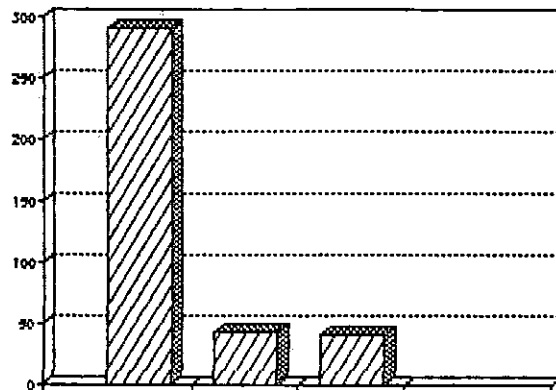
POBLACION : ESCOLARES DE 5to. BASICO

TOTAL ENCUESTADOS: 375

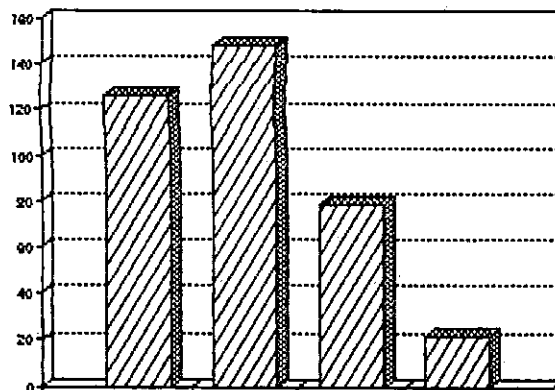
1.- TURISMO SIGNIFICA:	VIAJE	IR DE PASEO	DIA DE CAMPO	VACACIONES	TOTALES
RESPUESTAS	155	192	10	37	394



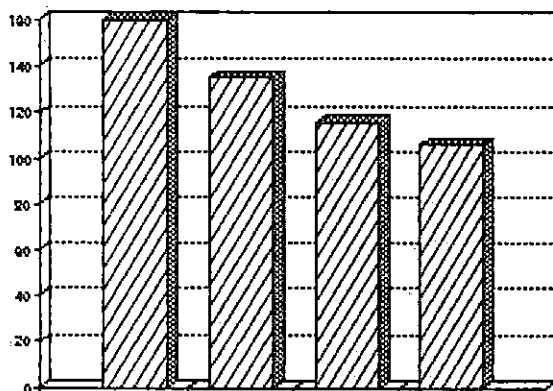
2.- SABIAS QUE EL TURISMO BENEFICIA A MUCHAS PERSONAS ?	SI	NO	NO SE	TOTALES
RESPUESTAS	291	42	41	374



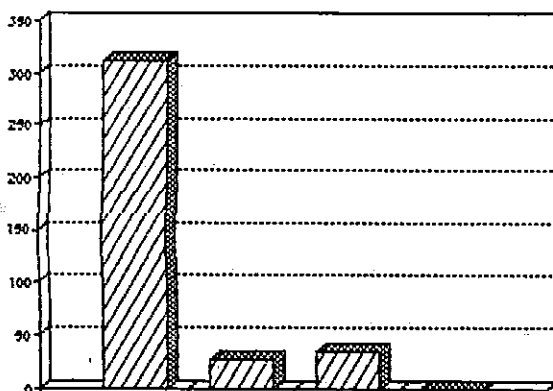
3.- UN TURISTA ES:	PERSONA Q' ESTA DE VIAJE	AMIGO QUE NOS VISITA	EXTRANJERO VIENE A VIVIR O TRABAJAR	NO SE	TOTALES
RESPUESTAS	126	148	79	22	375



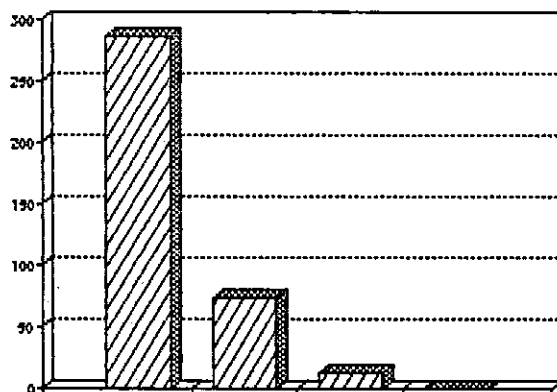
4.- QUE ATRACTIVOS TURISTICOS CONOCES ?	COPACA BANA	TIWANAKU	YUNGAS	TITICACA	TOTALES
RESPUESTAS	160	135	116	106	517



5.- LA NATURALEZA ES UN ATRACTIVO TURISTICO ?	SI	NO	NO SE	TOTALES
RESPUESTAS	313	27	35	375



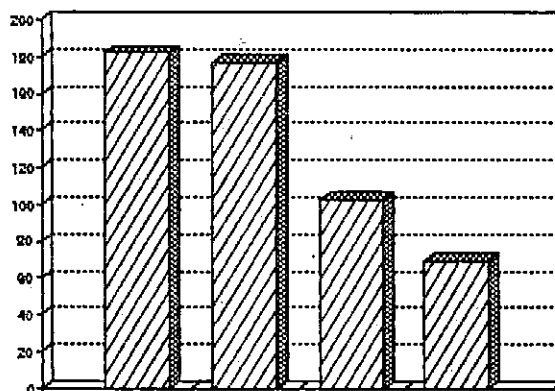
6.- LA DIABLADA, MORE- NADA O CAPORALES SON ATRATIVOS TURISTICOS ?	SI	NO	NO SE	TOTALES
RESPUESTAS	288	74	13	375



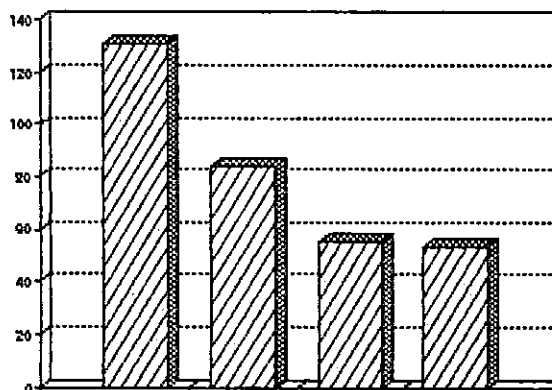
ANOTA QUE COSAS QUE HACEN LOS BOLIVIA NOS GUSTA AL TURISTA?	ARTESANIA	VESTIMENTA	FOLKLORE	TEJIDOS	TOTALES
RESPUESTAS	143	130	128	66	467



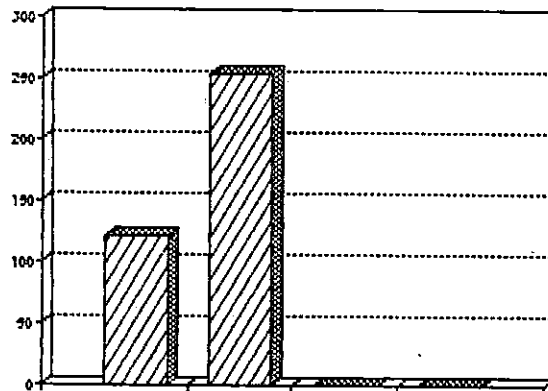
8.- HAZ UNA LISTA DE LO QUE TE GUSTA HACER CUANDO VAS DE VIAJE ?	PASEAR	JUGAR	COMER	CONOCER PERSONAS	TOTALES
RESPUESTAS	182	177	103	69	531



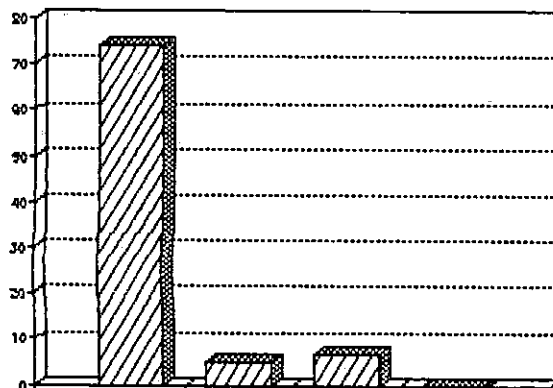
9.- QUE TE GUSTARIA HACER SI VAS DE CAMPAMENTO ?	JUGAR	PASEAR	SUBIR ARBOLES	HACER FO GATAS	TOTALES
RESPUESTAS	131	84	56	54	325



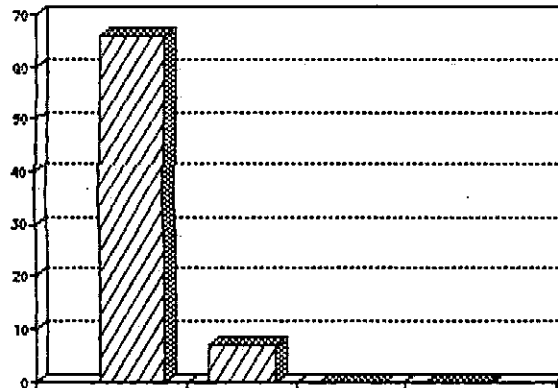
10.- CONOCES TIWANAKU?	SI	NO	TOTALES
RESPUESTAS	121	254	375



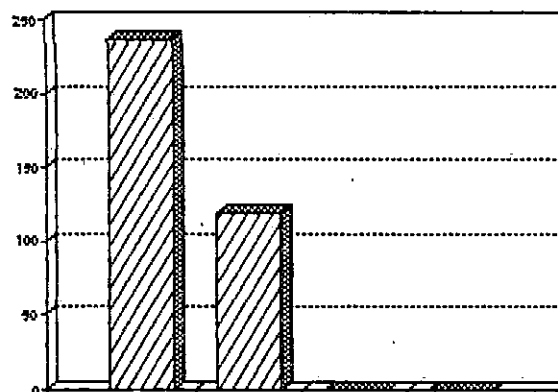
10-A QUE RECUERDO TE TRAERIAS SI VAS ALLA OTRA VEZ	MONOLITOS	VASIJAS	PIEDRAS	TOTALES
RESPUESTAS	74	5	7	86



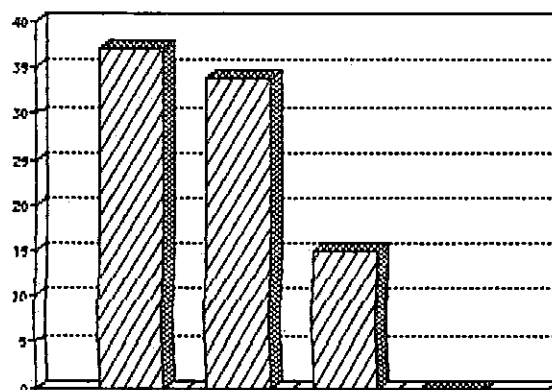
10-B DONDE TE GUSTARIA SACARTE FOTOS ?	PUERTA DEL TEMPLETES SOL	TOTALES
RESPUESTAS	66	73



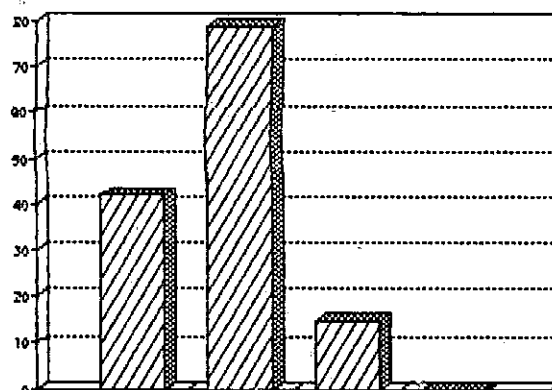
10-C CONOCES COPACABANA ?	SI	NO	TOTALES
RESPUESTAS	238	120	358



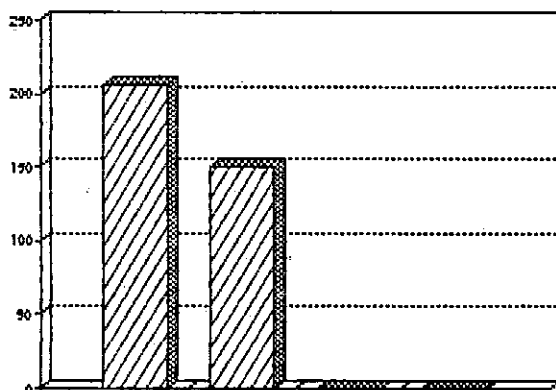
10-D QUE RECUERDO TE TRAERIAS SI VAS ALLA OTRA VEZ ?	VIRGENCITA	ARTESANIA DE TOTORA	PIEDRAS	TOTALES
RESPUESTAS	37	34	15	86



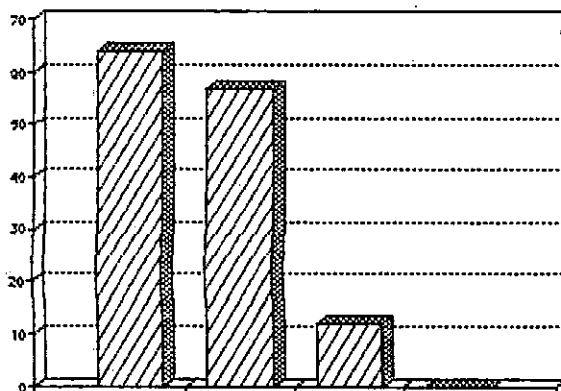
10-E DONDE TE GUSTARIA SACARTE FOTOS ?	IGLESIA	LAGO	CALVARIO	TOTALES
RESPUESTAS	42	79	15	136



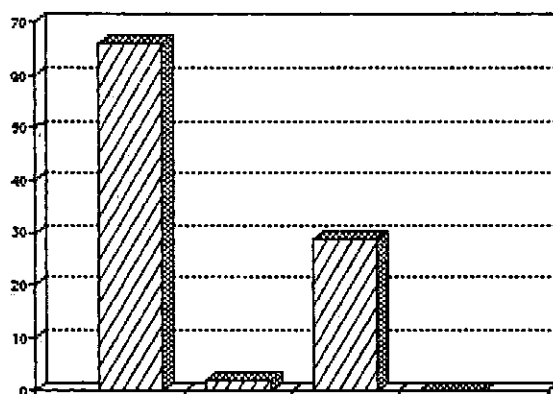
10-F CONOCES YUNGAS ?	SI	NO	TOTALES
RESPUESTAS	206	150	356



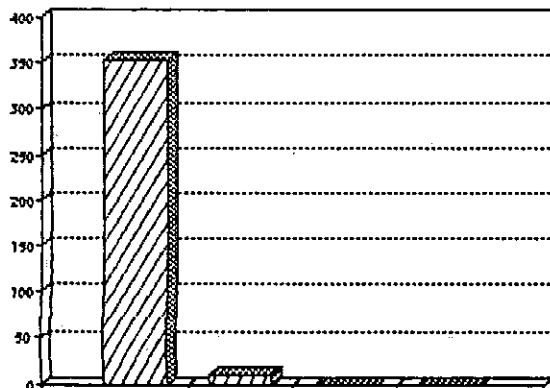
10-G QUE TE GUSTARIA TRAERTE DE RECUERDO ?	PLANTAS	FRUTAS	ANIMALES	TOTALES
RESPUESTAS	64	57	12	133



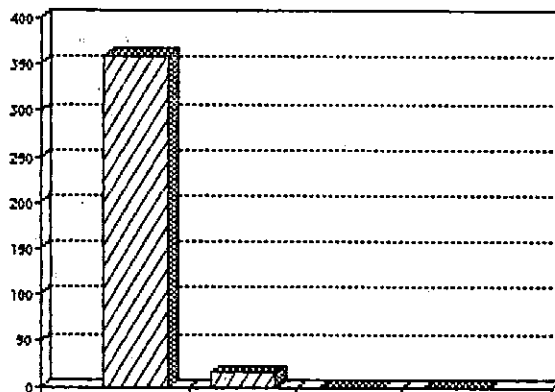
10-H DONDE TE GUSTARIA SACARTE FOTOS ?	VEGETACION	CASTILLO	CATARATAS	TOTALES
RESPUESTAS	66	2	29	97



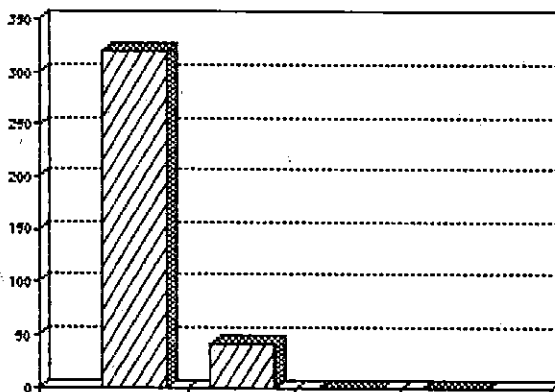
TE GUSTARIA CONOCER MAS SOBRE TURISMO?	SI	NO	TOTALES
RESPUESTAS	354	10	364



12. TE GUSTARIA CONOCER ALGO MAS SOBRE LAS RIQUEZAS DE BOLIVIA	SI	NO	TOTALES
RESPUESTAS	360	15	375



13.- NORMALMENTE VIAJAS EN VACACIONES?	SI	NO	TOTALES
RESPUESTAS	321	42	363

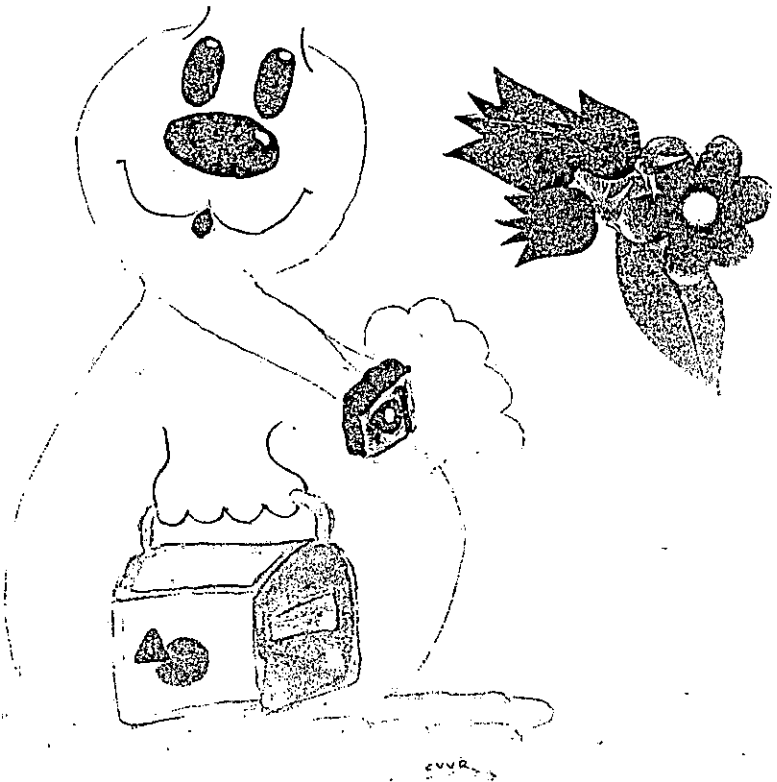


ANEXO 12

CARTILLAS

**CAMPAÑA EDUCATIVA SOBRE TURISMO
Y CONSERVACION DEL PATRIMONIO
NATURAL Y CULTURAL**

FOLLETO DEL GUIA



CAMPANA EDUCATIVA SOBRE TURISMO Y
CONSERVACION DEL PATRIMONIO NATURAL
Y CULTURAL

U.M.S.A.

1995

INTRODUCCIÓN

Actualmente en todo el mundo uno de los intereses primordiales es el de brindar a la niñez la información necesaria sobre los diferentes temas de la vida diaria, a fin de que el niño sea partícipe activo de los cambios que se dan en la sociedad.

La actividad turística se constituye en uno de esos cambios y la conservación de los recursos tanto naturales como culturales es una necesidad imperiosa.

Se ha establecido que la educación sobre turismo y sus distintos tópicos es una necesidad urgente, pues el ciudadano que desconoce todo lo relacionado con turismo o que tiene una idea vaga en torno al tema, no muestra interés en el desarrollo de una actividad, que sin duda, también lo beneficia.

En nuestro país anteriormente se han realizado intentos educativos en el campo turístico, que no alcanzó a toda la población objetivo por causa de diversos factores adversos que se presentaron en su momento.

Es, ante la importancia que cobra día a día el turismo y por el desconocimiento de la población en torno a este tema que hoy presentamos ante la niñez de nuestra ciudad la 'Campaña de educativa sobre turismo y conservación del patrimonio cultural y natural para niños de 5º Básico de la ciudad de La Paz'. Estimado amigo, esta campaña como su nombre lo dice busca educar a niños de 5º Básico de escuelas fiscales y colegios particulares de la ciudad de La Paz inicialmente y dependiendo del éxito que pueda alcanzar será implementada en un

ámbito mayor.

En su gran mayoría la población desconoce el concepto mismo de turismo y los beneficios que conlleva, siendo ésta la principal razón por la que elaboramos la campaña, con el objetivo de que una parte de la población sea educada buscando despertar la responsabilidad, informándoles y dándoles a conocer a través de juegos y personajes animados los distintos conceptos, que usted amigo, debe transmitir de la forma mas clara posible. Se ha tratado de concebir mensajes, dibujos y juegos que requieran de un mínimo de explicación, es decir, que sean explícitos por sí mismos y que a través de ellos sean los niños que desarrollen el tema siendo usted, por tanto, un guía que ayude a enmarcar el tema evitando el desvío del mismo.

Usted debe estar conciente de conocer en profundidad el tema, debe revisar y leer los folletos de los niños a fin de no ser sorprendido por la perspicacia y sagacidad de los escolares. Usted no debe dar una clase magistral sino que los dejará desarrollar el tema a medida que vayan viendo el folleto.

OBJETIVOS DE ESTE CUADERNILLO

1 - Brindar al guía los medios e instrumentos necesarios para lograr motivar y concientizar a los escolares de 5º Básico.

2 - Orientar al guía en la explicación y forma de llevar adelante la campaña.

3 - Otorgar al guía la información adicional que le permita aclarar dudas que presenten los niños, en sus visitas.

OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA EDUCATIVA SOBRE TURISMO Y CONSERVACION

Objetivo General.-

* Concientizar, educar a la niñez sobre la importancia de la actividad turística y la necesidad de la conservación del patrimonio cultural y natural de nuestro país.

Objetivos Específicos.-

* Dar a conocer en forma didáctica los beneficios y características de la actividad turística.

* Aprovechar la diversificación de la información que reciben los niños.

* Despertar la responsabilidad de los niños respecto al patrimonio del país.

* Incentivar el respeto hacia lo que es de todos.

* Estimular el respeto y amor a Bolivia y todas las expresiones de los bolivianos.

* Presentar una serie de atractivos turísticos.

* Enseñar la protección de la naturaleza.

* Fomentar el conocimiento de otras culturas a través de personas de diversos países.

* Inculcar comprensión y aprecio hacia las diferentes manifestaciones del arte, la ciencia y la cultura.

* Propiciar la revalorización de todas las

expresiones culturales, folklóricas, sociales, ecológicas aprovechables por el turismo.

* Participar mediante esta campaña en la consolidación de la defensa de la identidad y soberanía nacional.

RESPONSABILIDADES DEL GUIA

1 - Asistir a la charla explicativa del manejo de folletos y explicación de toda la campaña.

2 - Leer esta guía y revisar todo el material, cuántas veces sea necesario, antes de iniciar sus visitas.

3 - Realizar una práctica con el grupo de guías a fin de asegurar el manejo de los folletos y explicaciones.

4 - Visitar los diferentes Colegios y Escuelas que le sean asignados a fin de presentar al Director y profesores de curso la campaña y fijar el horario disponible para la visita final.

5 - Preparar con tiempo todo el material necesario para su visita.

6 - Asistir puntualmente a todas las visitas fijadas.

7 - Seguir la cartilla paso a paso, Las explicaciones pueden enriquecerse con aportes de los guías. Importante no resumir.

8 - Apoyar el desarrollo del tema, buscando la participación de los niños.

MODALIDAD DE TRABAJO

Para llevar adelante la campaña es necesario tomar en cuenta los siguientes puntos que contribuirán a cumplir los objetivos trazados:

+ Antes de iniciar su trabajo el guía debe presentarse y explicar claramente el por qué de su visita.

+ Para romper la barrera de desconocimiento entre los niños y el guía, éste debe presentar una Dinámica de grupo, para que lo conozcan y tenga cierto dominio sobre ellos.

+ Presentación de la Campaña y distribución de los folletos a los niños, dándoles unos minutos para que lo revisen.

+ Es muy importante obtener la participación de los estudiantes, esto sólo se conseguirá si sus opiniones son respetadas por el guía.

+ El guía debe actuar como facilitador nunca como director evitando ser lejano e inaccesible, buscando mas bien estar a la altura de los niños

+ Al finalizar, el guía refuerza todo lo aprendido y se despide de los niños estimulándolos para que revisen y jueguen con las propuestas del folleto.

DINAMICA DE GRUPO : La dinámica sugerida es la de la 'telaraña' con un ovillo de lana y sujetando el principio del ovillo el guía empieza dando su nombre, lanza el ovillo a un niño quien debe presentarse y sujetando la lana, lanza el ovillo a otro niño que igualmente se presentará y lanzará el ovillo a otro y así sucesivamente hasta que todos se hayan presentado.

AHORA QUE CUENTA CON LA INFORMACIÓN
NECESARIA, PUEDE EMPEZAR CON SU
TRABAJO.

*ADELANTE Y MUCHA
SUERTE !!!*



CAMPANA EDUCATIVA SOBRE TURISMO Y
CONSERVACION DEL PATRIMONIO NATURAL
Y CULTURAL

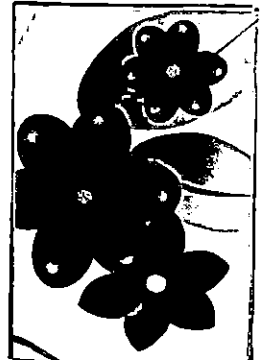
U.M.S.A

1995

TURISMO significa:



salir
del lugar de donde vives
Por motivos religiosos,
culturales, recreativos,
salud, placer, etc..



en un viaje temporal.

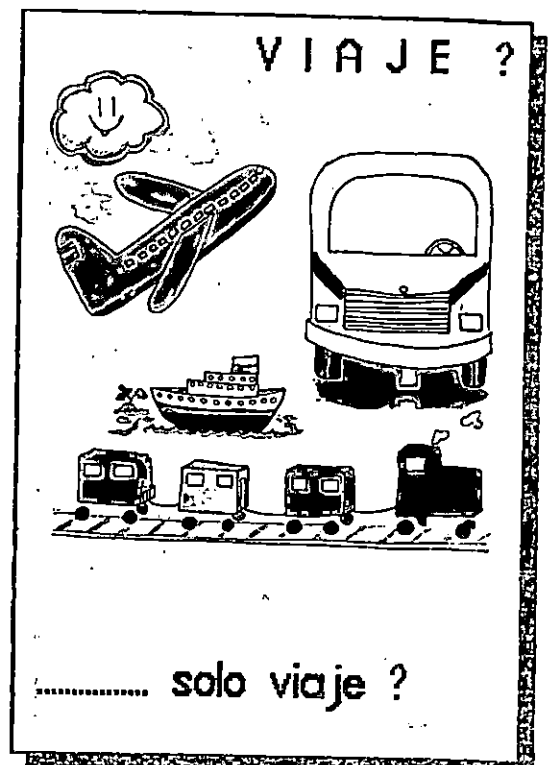
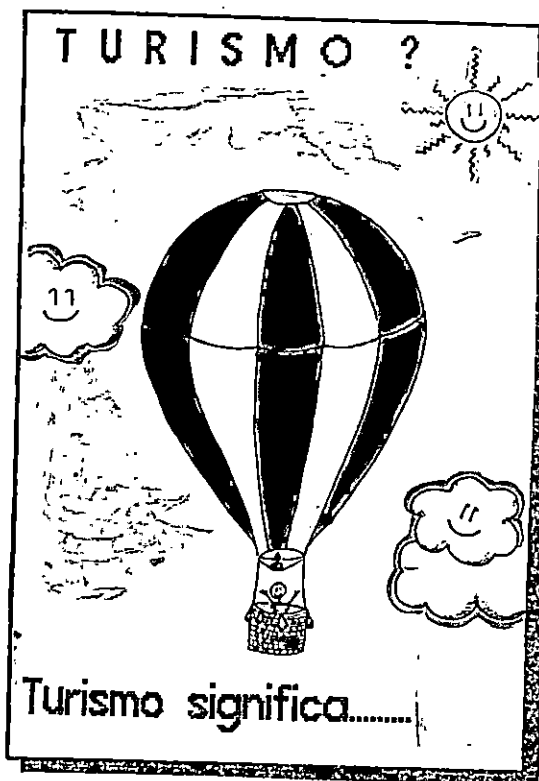
También significa



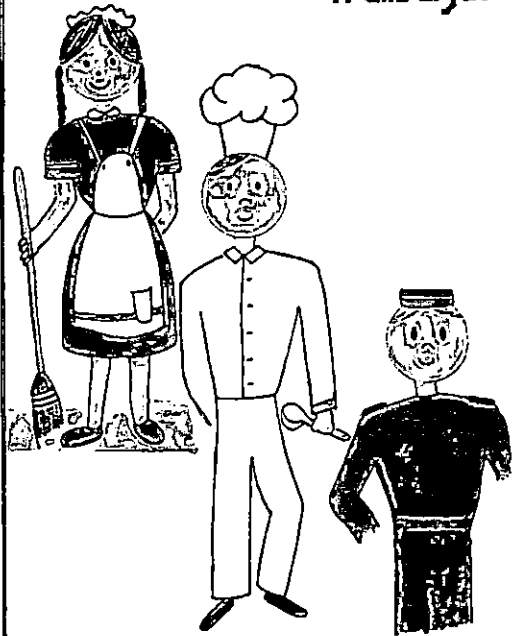
El movimiento de mucho
dinero \$\$\$\$\$\$\$



La relación de personas
de diferentes culturas,
razas y creencias.



Creación de puestos de trabajo.



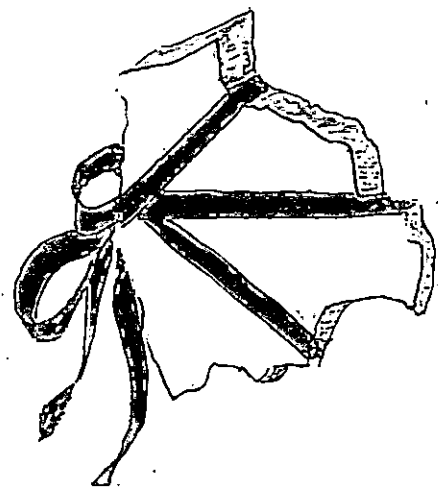
UNION DE PUEBLOS



Sentirse orgulloso de ser boliviano.

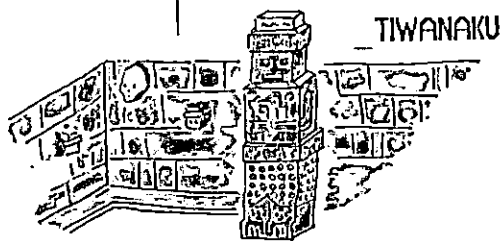
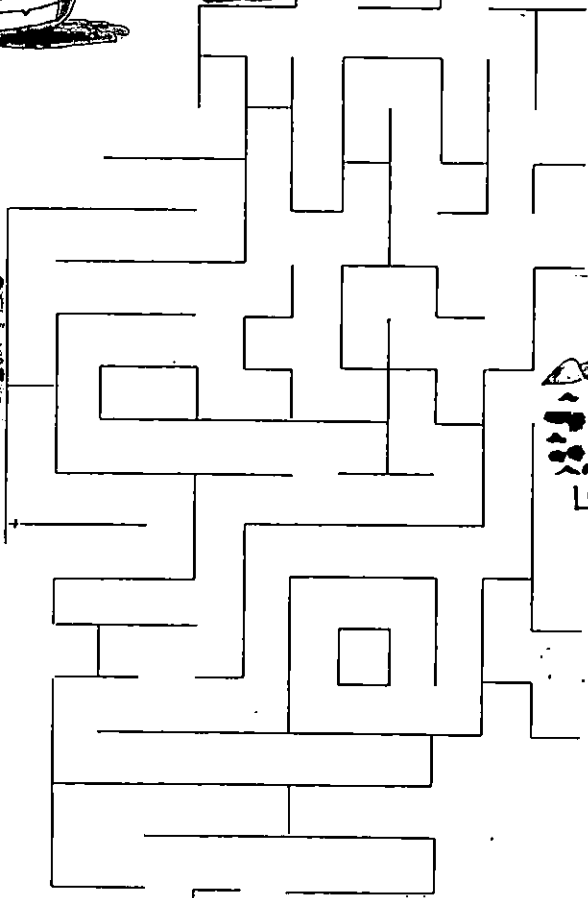


Crear, proteger, conocer y valorar nuestras riquezas.



Porque Bolivia es el mejor regalo que tenemos.

¿A dónde viajará nuestro amigo?
Descubre y marca el camino.



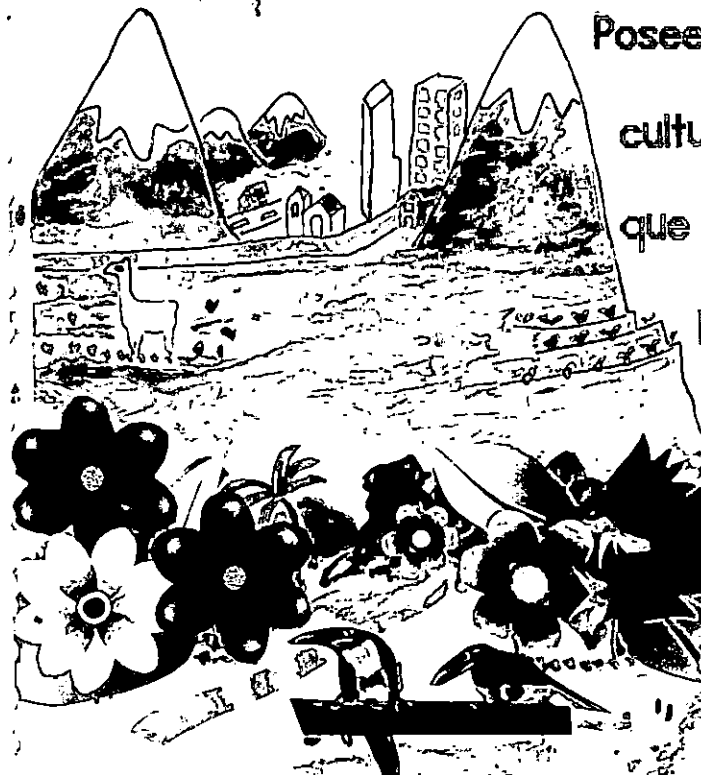
Y para hacer turismo el hombre necesita motivos, uno de ellos es el patrimonio turístico de un país y dentro de ese patrimonio está la cultura y la naturaleza. De los dos tenemos mucho en nuestra tierra



HABLANDO DE BOLIVIA

BOLIVIA es un país maravilloso

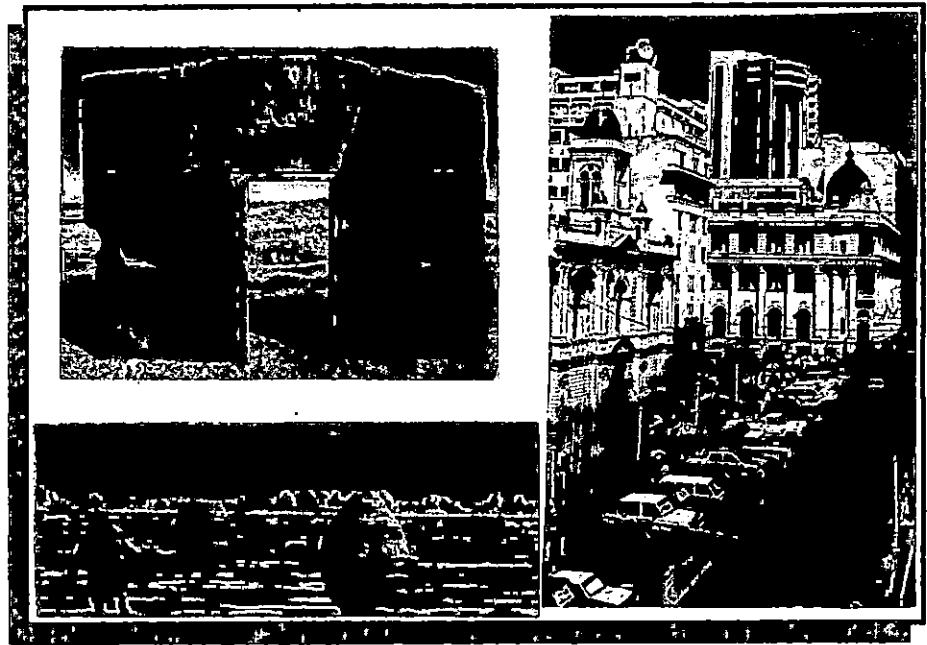
que tiene grandes contrastes,
pero sobre todo mucha belleza
y gente amigable.



Posee una inmensa riqueza
cultural, natural y humana
que aún desconocemos,
pues nos faltan medios
y educación.



RIQUEZA NATURAL, son todos los recursos con los que cuenta una región o país

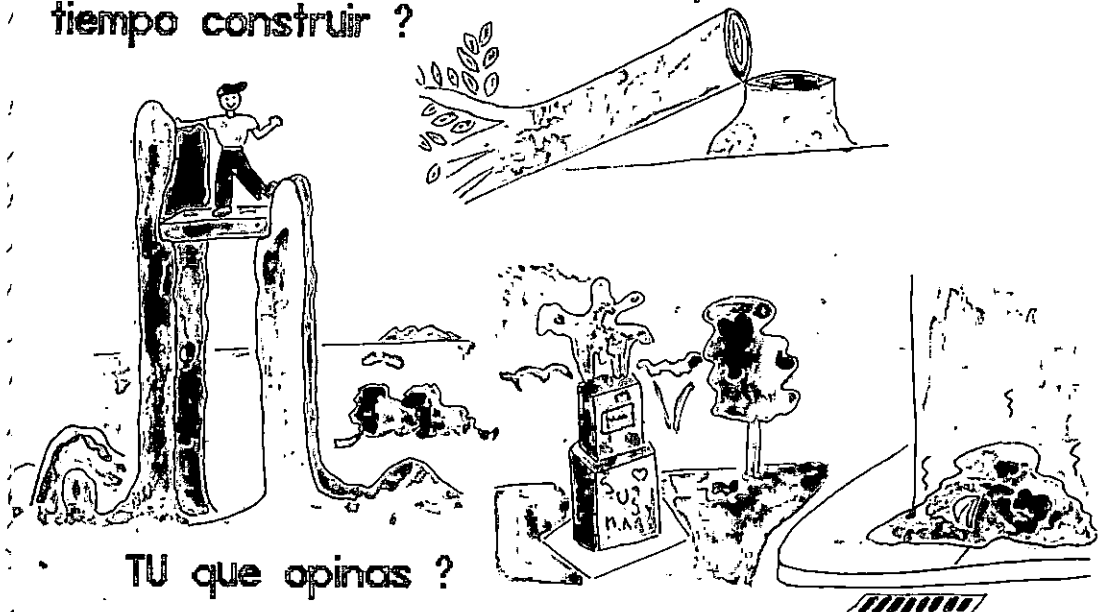


RIQUEZA CULTURAL, son todas las realizaciones materiales del hombre a lo largo de la historia.

BOLIVIA es un hermoso regalo de la naturaleza que todas debemos amar, cuidar, preservar y debe enorgullecernos el poseer tanto, en riquezas y gente tan noble y luchadora. Todo esto podemos ofrecer a los visitantes y hacer que ellos admiren y gocen al igual que nosotros.



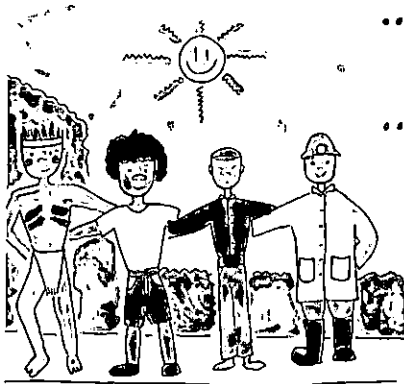
Y si somos tan ricos, por qué vemos por todas partes, personas que tiran basuras escriben en paredes y monumentos y destruyen la naturaleza y muestras de cultura que a nuestros antepasados costó mucho tiempo construir ?



TU que opinas ?

PARA EVITAR TODA ESA DESTRUCCION, DEBEMOS ...

... Cuidar y admirar los monumentos.



... Respetar a todas las personas:
jóvenes, niños ancianos, nacionales
o extranjeros y su forma de pensar
porque tú mereces todo el respeto
y consideración de los demás.

... Mantener limpia la ciudad, tu escuela,
los parques y si vas de paseo
al campo no dejes nada tuyo.



... Cuidar defender y proteger la
naturaleza



(completa)

¿ ES NECESARIO TODO ESE TRABAJO ?

Es necesario y muy importante para que los bolivianos disfruten de un país jardín, con aire puro, cielos azules y aprendan de sus antepasados, conozcan y amen su cultura, tradición y folklore.

Vivimos en un país único mágico y muy hermoso y tenemos la obligación de conservarlo así porque de nosotros depende la integración y el crecimiento de BOLIVIA.

Tienes un compromiso contigo y los demás bolivianos en tus manos está un gran futuro.
TU vales y tu granito de arena es muy importante.
PIENSALO !!!!

DESCUBRE EL MENSAJE QUE VIENE EN CLAVE NUMERICA

18	20	23	16	14	5	9	19	3	25	11	22	6	27	29
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	.

7	10	21	4	8	13	17	1	12	26	2	24	15	28
M	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	-

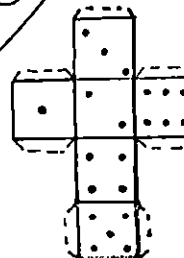
Reemplaza los números por las letras equivalentes

20 10 22 3 12 3 18 28 14 22 28 23 10 8 18 15
 10 27 28 16 14 28 18 6 14 8 3 23 18 28 17 3 14
 27 14 28 6 10 27 17 18 7 18 13 28 12 18 22 22
 14 13 28 24 28 22 22 18 27 10 13 29 21 10 13
 14 14 28 1 27 18 28 3 27 6 14 27 13 18 28 24 28
 12 18 8 3 18 16 18 28 5 18 1 27 18 28 24 28 5 22
 10 8 18 28 18 16 14 6 18 13 28 16 14 28 1 27 28
 5 10 22 11 22 10 8 14 28 3 27 3 9 1 18 22 18 20
 22 14 29

HOY SALIMOS

DE VIAJE

A circular board game with 65 numbered slots arranged in a spiral pattern from the center outwards. The central area contains the text 'QUE BIEN YA CONOCES TU PAIS !' and a small circular icon with the number 65. The board features various travel-themed illustrations: a man with a hat and telescope (37), a lighthouse (63), a tropical island (47), a person on a boat (33), a tropical beach scene (32), a tropical island with a boat (50), a person on a boat (22), a person with a map (4), a person with a map (9), a person with a map (3), a person with a map (10), a person with a map (11), a person with a map (12), a person with a map (13), a person with a map (14), a person with a map (15), a person with a map (16), a person with a map (17), a person with a map (18), a person with a map (19), a person with a map (20), a person with a map (21), a person with a map (23), a person with a map (24), a person with a map (25), a person with a map (26), a person with a map (27), a person with a map (28), a person with a map (29), a person with a map (30), a person with a map (31), a person with a map (34), a person with a map (35), a person with a map (36), a person with a map (38), a person with a map (39), a person with a map (40), a person with a map (41), a person with a map (42), a person with a map (43), a person with a map (44), a person with a map (45), a person with a map (46), a person with a map (48), a person with a map (49), a person with a map (51), a person with a map (52), a person with a map (53), a person with a map (54), a person with a map (55), a person with a map (56), a person with a map (57), a person with a map (58), a person with a map (59), a person with a map (60), a person with a map (61), a person with a map (62).



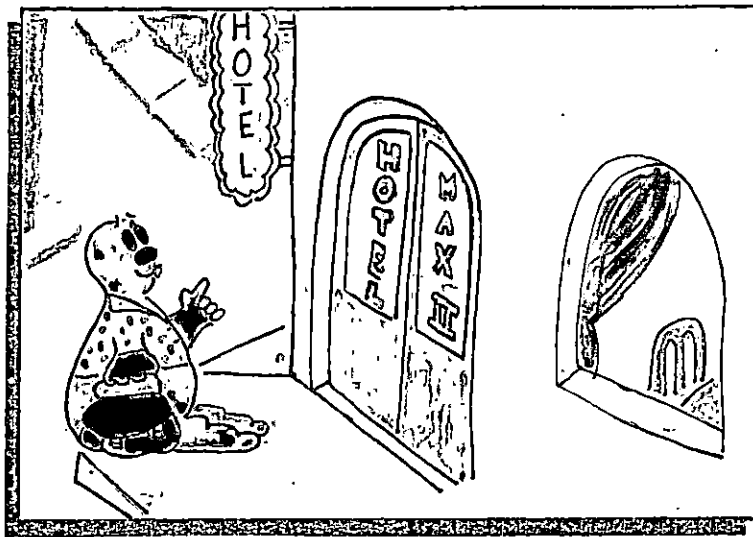
- 4.- Llegaste al BENI
a través del río avanzas
2 casillas.
- 9.- El rico POTOSI !
debes visitar muchos
monumentos. Si nombras
tres continuas, si no pierdes
un turno.
- 22.- En un carretón por
SANTA CRUZ, pasearás.
Avanzas una casilla.
- 26.- En ORURO, "Las Diablos"
te asustaron retrocedes
dos casillas.
- 33.- Debes escalar el
Illimani, pierdes
dos turnos.
- 37.- En TARIJA con música
y alegría te esperan
Adelanta tres casillas.
- 47.- Bellos y únicos animales en-
cuentras por todo el país, cono-
ce algunas aves del oriente. Si
nombras tres, avanzas una casilla
si no lo haces te quedas allí.
- 50.- Llegaste al Lago Sagrado! En
lancha te vas a Copacabana.
Avanza tres casillas.
- 56.- Llegaste al grandioso Tiwanaku
debes visitarlo y conocer todas
sus manifestaciones, para eso
necesitas tiempo. Pierdes tres
turnos.
- 63.- En los valles está Cochabam-
ba y en ella el Cristo mas grande
del mundo, si sabes que se lla-
ma avanzas dos casillas, si no
lo sabes retrocedes 10 casillas.



TURISTA ?

Persona alegre que sale de su casa en busca de aventuras, con mucha esperanza y con la gran ilusión de conocer a alguien como tú.

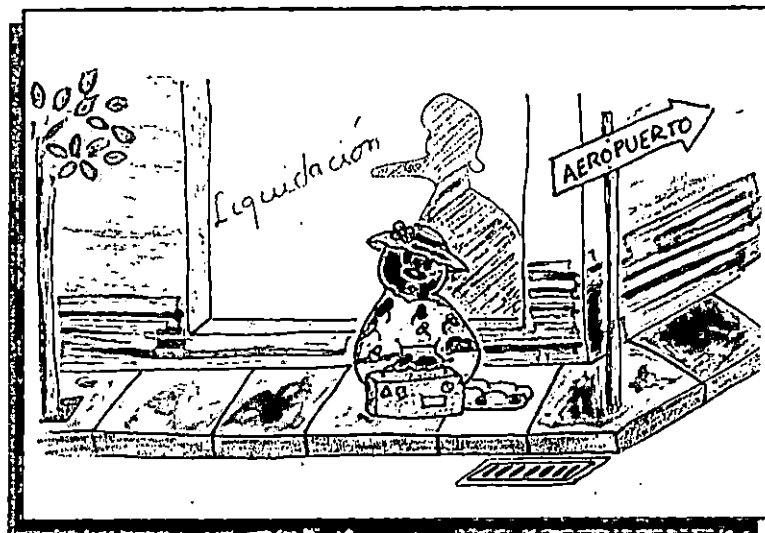
(Dibújate de turista)



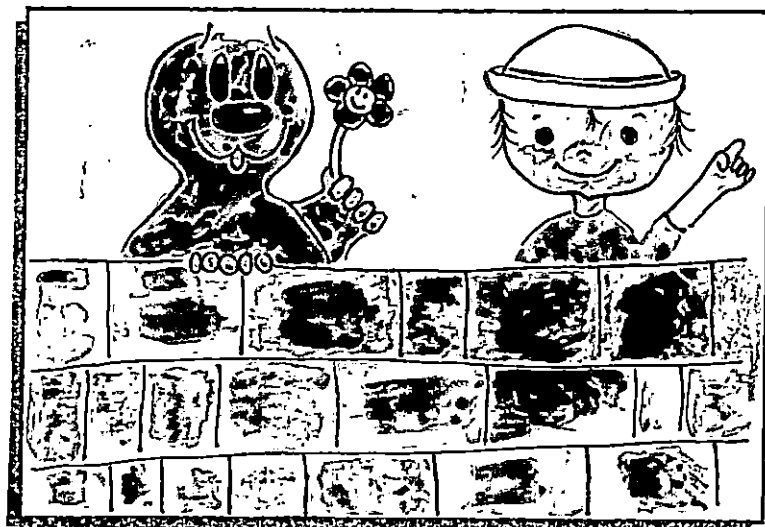
Turista es una persona que se encuentra en una región diferente a su residencia y permanece como mínimo 24 horas.



No son turistas los que van a vivir y trabajar a otro país.



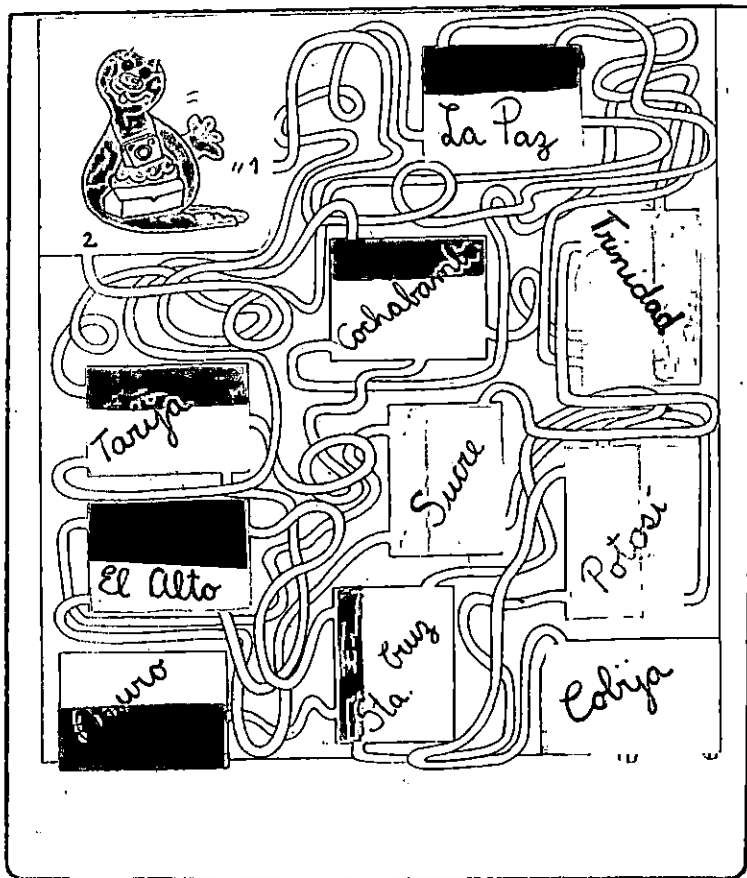
Tú también eres turista cuando viajas en las vacaciones visitas otras poblaciones como Copacabana, los Yungas, Orata. O cuando viajas a Cochabamba, Santa Cruz

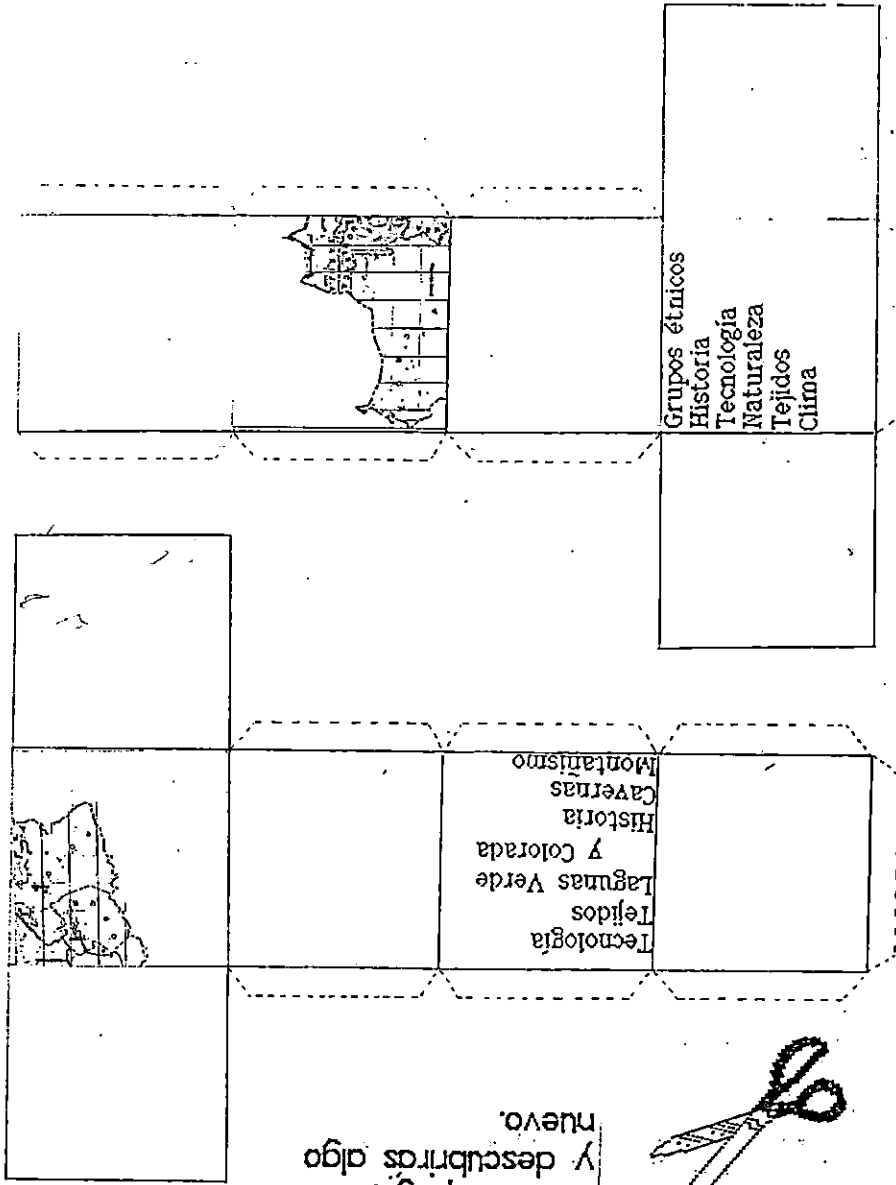


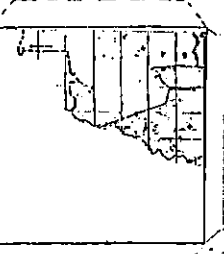
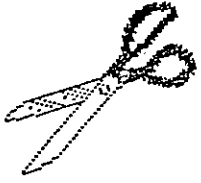
Tú eres la mejor cara que tiene Bolivia, así que de ti depende que un turista "un amigo" se lleve el más bonito recuerdo: tu amistad - educación y cariño.

¡A Pensar!

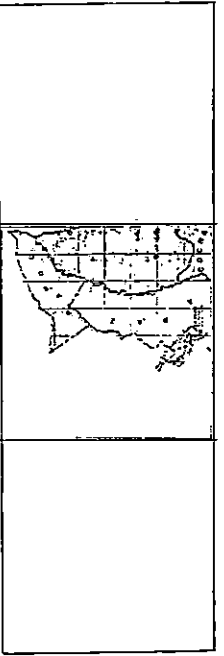
NUESTRO AMIGO DESEA VIAJAR POR TODAS LAS CIUDADES IMPORTANTES DE NUESTRO PAIS. DEBE TERMINAR EN COBIJA LUEGO DE HABER VISITADO TODAS LAS OTRAS CIUDADES, AYUDALO BUSCANDO EL MEJOR CAMINO.



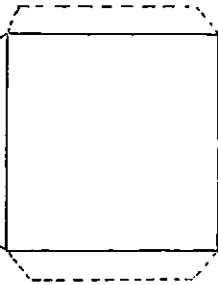
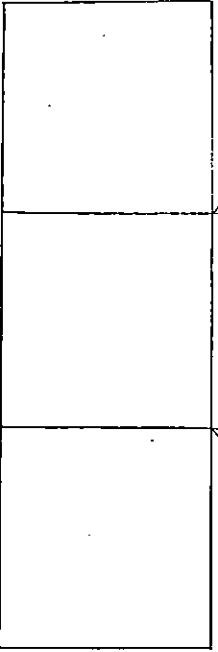




Grupos étnicos
Historia
Naturaleza



Flora
Fauna
Grupos étnicos
Tur. aventura
Montañismo
Historia
rios
arqueología



ANEXO 13

CONCURSO DE DIBUJO

ANEXO 13
"CONCURSO DE DIBUJO"

La Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés convoca al 1er concurso de dibujo infantil regido bajo las siguientes bases:

- TEMA : "El mas bello atractivo turistico de mi país"
- TECNICA : Libre
- MATERIAL : Tamaño oficio, cualquier material.
- PARTICIPANTES: Niños de 5º Básico de Escuelas Fiscales y Colegios Particulares.
- PREMIO : 1er Puesto: D i p l o m a d e Participación y Visita guiada a Tiwanaku para el curso del ganador.
- 2do Puesto: D i p l o m a d e Participación y libros para la biblioteca del establecimiento.

Los trabajos serán entregados hasta el del mes en curso, en el piso 13 del Monoblock Central de la U.M.S.A. o en los buzones situados en la oficina de Información turística de la Secretaría Nacional de Turismo ubicada al final del Prado (al frente del Cine 16 de Julio) o en las oficinas de las siguientes Agencias de Viajes:

ANEXO 14

COTIZACION IMPRENTA



Impresiones La Amistad

Mary Baptista de Alvarado

Juan de La Riva 1537 ☎ 351855 - RUC 4127129
La Paz - Bolivia

PROFORMA N° 000141

REALIZAMOS TRABAJOS EN:

OFFSET :

- Volantes publicitarios
- Papelería Comercial
- Etiquetas
- Libros, Folletos
- Fotoduplicación
- Fotocopias etc.

TIPOGRAFIA

- Diseño Gráfico
- Tarjetas de presentación
- Recetarios
- Membretes
- Invitaciones para Todo Acontecimiento
- Epitafios
- Esqueles

La Paz, 10 de Agosto de 1995

SEÑORES:
Facultad de Turismo

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
17000	Folletos 1/2 opiciso a full color en papel bond de 75 gms. de 24 pag con tapa en cart. bristol a full color		\$0's 13410.-
	70% de anticipo		}
	30% contra entrega		
	Tiempo de entrega 30 días		
TOTAL			13410.-

Mary Baptista de Alvarado
Impresiones La Amistad
Galle Juan de la Riva No. 1537
☎ 341524

Son: Diece mil cuatrocientos diez 00/100 Dólares Americanos

NOTA: Esta proforma es válida por 7 días