



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA**

Cortometraje "Querrotumy y la montaña sagrada" como herramienta comunicacional y sensibilización en la defensa del patrimonio cultural del Cerro Campana en los pescadores ancestrales de Huanchaco

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa

AUTOR:

Rojas La Torre, Diego Alejandro (ORCID: 0000-0003-0914-3502)

ASESOR:

Dr. Aliaga Loyola, Luis Javier (ORCID: 0000-0002-7034-0786)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

TRUJILLO - PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico esta tesis a la memoria de mi amado padre, César Rojas Ayesta, quien supo inculcar en mí la noble profesión de periodista audiovisual, además, de afianzarme día a día el amor por Trujillo y su cultura ancestral. De igual forma, a mi esposa Karinn, por demostrarme su amor incondicional y darme dos hermosas hijas, Brunella y Andrea quienes son mi inspiración y motivación para proteger nuestra cultura y seguir luchando por la justicia y el desarrollo social del país.

Agradecimiento

No puedo dejar de agradecer a la Asociación de Pescadores Ancestrales de Huanchaco, mis amigos “viejos lobos de mar” que me adoptaron durante batallas épicas en la defensa de la subsistencia de la cultura viva de Huanchaco. De igual manera, a mi asesor principal Dr. Luis Aliga, quien siempre alentó y encaminó mi estilo ambientalista y humanista.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Realidad problemática.....	6
2.2. Antecedentes de la investigación.....	11
2.2.1. Ámbito Internacional.....	11
2.2.2. Ámbito local:.....	13
2.3. Teorías relacionadas al tema.....	15
2.4. Formulación del problema.....	28
2.5. Justificación del estudio.....	28
2.6. Hipótesis.....	29
2.7. Objetivos.....	29
2.7.1. Objetivo General:.....	29
2.7.2. Objetivos Específicos:.....	29
III. METODOLOGÍA.....	30
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	30
3.2. Escenario de estudio.....	30
3.3. Población y muestra.....	31
3.3.1. Población:.....	31
3.3.2. Muestra:.....	31
3.4. Participantes.....	32
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
3.6. Procedimiento.....	32
3.7. Rigor científico.....	33
3.8. Método de análisis de datos.....	33

3.9. Aspectos éticos.....	33
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	34
V. CONCLUSIONES:.....	41
VI. RECOMENDACIONES:.....	43
VII. REFERENCIAS	44

**Índice de tablas e Índice de gráficos y
figuras**

Anexo N° 1: Instrumento de recolección de datos Cuestionario para medir el Uso de Estrategias de Sensibilización en Defensa al Cerro Campana.....	51
Anexo N° 2: Instrumento de recolección de datos Cuestionario para medir la percepción de los pescadores ancestrales que vieron el documental	70
Anexo N° 3: Entrevista Individual Estructurada	88
Anexo N° 4: Instrumento de recolección de datos Cuestionario para medir la percepción de los pescadores ancestrales que vieron el documental	93

Resumen

La presente investigación es una sinergia científica académica por la defensa de nuestro patrimonio Mochica Chimú en el balneario de Huanchaco, estamos hablando de la última Montaña Muchic: el Cerro Campana, cuya parte de su memoria colectiva está descrita en el presente cortometraje: Querrotumy y la Montaña Sagrada, herramienta audiovisual que servirá para iniciar el relacionamiento con la cultura viva Mochica Chimú albergada en la asociación de pescadores ancestrales del balneario de Huanchaco, considerado el último bastión de pescadores que por distintas aristas medioambientales viene siendo menguada y que ven en el cerro campana una alternativa para el desarrollo turístico y medioambiental de su balneario azotado por la erosión costera y la expansión urbana. Por lo que, el presente trabajo siguió el paradigma naturalista, porque es un estudio antropológico desde la percepción de quien asume la investigación y, cuyo estudio del cortometraje Querrotumy y la montaña sagrada como herramienta comunicacional de sensibilización para la defensa del Cerro Campana, se dio en el marco de demostraciones interpretativas. Siguió una metodología cualitativa porque se tuvo como objetivo explicar la forma en que el cortometraje como herramienta comunicacional contribuyó a la sensibilización para la defensa del patrimonio cultural del Cerro Campana. Es de tipo fenomenológico, ya que se abordó a la sensibilización de los huanchaqueros para la defensa del patrimonio cultural del Cerro Campana.

También es de tipo etnográfico porque abarcó aspectos de comportamiento y actitud social con referencia a la cultura y, específicamente, la defensa del patrimonio cultural del Cerro Campana de los 60 pescadores ancestrales de la etnia huanchaquera. Entre las principales conclusiones, obtuvimos que los pescadores si se sintieron identificados, conmovidos y aceptan con orgullo su ascendencia y desean ser parte motivadora a gestionar corredores turísticos y promulgar una protección ante la erosión costera e invasiones.

Palabras clave: Relacionamiento étnico audiovisual, patrimonio Cultural. Cerro Campana, Huanchaco, cultura viva.

Abstract

This research is an academic scientific synergy for the defense of our Mochica Chimú heritage in the Huanchaco resort, we are talking about the last Muchic Mountain: Cerro Campana, whose part of its collective memory is described in this short film: *Querrotumy y la Montaña Sagrada*, an audiovisual tool that will serve to initiate the relationship with the living Mochica Chimú culture housed in the association of ancestral fishermen of the Huanchaco spa, considered the last bastion of fishermen that due to different environmental edges has been diminished and that they see in Cerro Campana an alternative for the tourist and environmental development of its spa battered by coastal erosion and urban expansion. Therefore, the present work followed the naturalistic paradigm, because it is an anthropological study from the perception of the person who undertakes the research and, whose study of the short film *Querrotumy and the sacred mountain* as a communicational awareness tool for the defense of Cerro Campana, was given within the framework of interpretive demonstrations. It followed a qualitative methodology because the objective was to explain the way in which the short film as a communicational tool contributed to raising awareness for the defense of the cultural heritage of Cerro Campana. It is of a phenomenological type, since it addressed the sensitization of the Huanchaqueros for the defense of the cultural heritage of Cerro Campana.

It is also of an ethnographic nature because it covered aspects of behavior and social attitude with reference to culture and, specifically, the defense of the cultural heritage of Cerro Campana of the 60 ancestral fishermen of the Huanchaco ethnic group. Among the main conclusions, we obtained that the fishermen did feel identified, moved and proudly accept their ancestry and want to be a motivating part to manage tourist corridors and enact protection against coastal erosion and invasions.

Keywords: Ethnic audiovisual relationship, Cultural heritage. Cerro Campana, Huanchaco, living culture.

I. INTRODUCCIÓN

Esta investigación parte de la inquietud de sembrar un mundo mejor, que respete el medio ambiente y su entorno en una sana convivencia entre seres humanos y dentro de esta vertiente ambientalista se une la reemergencia indígena en el cine de ficción latinoamericano en la última década y la defensa del medio ambiente, en este caso en particular, por la defensa del Cerro Campana, uno de los últimos Santuarios Muchic , poco conocidos, en el mundo y que empieza a redescubrirse y a entenderse holísticamente, una de las piezas claves es este trabajo audiovisual que sirve de guía para poder entender la riqueza histórica y cultural del Santuario Cerro Campana.

Incluso, la historia que se relata en el cortometraje en estudio, Querrotumy y la montaña sagrada, narra parte de la una historia épica Chimú. Se trata de la inmolación del último guerrero Gran Chimú, Querrotumy, que luego de haber dado muerte a unas huestes incas. Decide inmolarse en el Cerro Campana, según aseguran, recientes investigaciones del arqueólogo, Regulo Franco, que incluso demuestra con la actual iconografía de “sacrificios humanos” coincide con los ecosistemas de la Montaña Sagrada: Cerro Campana.

El presente Cortometraje relata esta historia chimú, poco conocida, con actores y la cultura viva de Huanchaco con vestuario chimú y grabaciones en locaciones propias como Chan Chan, Huanchaco y el mismo Santuario Cerro Campana que busca la revaloración patrimonial en una primera etapa para los pescadores Ancestrales de Huanchaco balneario, último puerto Mochica impregnado de caballitos.

Huanchaco viene pasando por un momento de crisis medioambiental, debido a la erosión costera y el avance de la minería ilegal y expansión urbana en el Cerro Campana la cultura viva de Huanchaco vine atravesando por un momento cruel ante la sociedad estando su subsistencia en peligro de no tomar medidas urgentes la cultura viva (pescadores en caballito de totora tienden a desaparecer).

Es preciso mencionar que el cerro campana es escenario de vital importancia para la cultura viva, sus templos de adoración y sacrificio se ubican en la Montaña Sagrada que se empieza a redescubrir y que en un inicio fue centro de adoración y sacrificio de los ancestros de la cultura viva de Huanchaco.

Mariana Botey, a lo largo de la historia, la existencia de los aborígenes, como cultura viva, estalla constantemente y se manifiesta como un factor que puede sacudir y desbordar la imaginación posible. Para Botey, la conciencia puede ser eliminada por el arte, que se considera la séptima "zona de perturbación" artística de la rama del cine, que "marca el ritmo para la conversión y el intercambio de repertorio y vocabulario" en el arte.

La comunicación es tan grande y popular a la vez, pocos son realmente los que profundizan del contenido para que pueda existir un auténtico proceso comunicativo. Si hablamos de comunicación, de inmediato vendrán conceptos como los de Laswell enfocaba en teoría, una transmisión de mensaje donde se podía reconocer a un mensaje, código, canal, receptor emisor, receptor, canal algo clásico una guía académica.

El plan de desarrollo de recursos de comunicación de organizaciones sociales del Centro Nueva Tierra (RDC, 2002, p. 14) establece: "Hay un área poco explorada en la comunicación comunitaria, que se relaciona con el análisis de nuestra comunidad como situación a circuitos, actores y medios de comunicación".

Es en este panorama que yo enmarcaría mi investigación en las zonas ancestrales. En efecto, nuestro país aún encierra códigos comunicativos aún por descubrir en escenarios ceremoniales que aún no son estudiados, es así pues, que el cerro campana encierra un escenario único con características auténticas propias de un santuario, flora, fauna, biodiversidad y restos arqueológicos que aún no son estudiados a profundidad y por, sobre todo, que no se delimita debidamente para proteger toda su riqueza medioambiental y arqueológica.

Podemos agregar también que no sólo los barrios, estamos en un país telúrico en lo que respecta al legado cultural de sus etnias que en gran parte siguen vivas, en la costa norte de nuestro país contamos con Huanchaco, su cultura viva que aún guarda un misterio comunicacional que está redescubriéndose en el cerro campana y que por todas las cosas tiene que ser revalorado por nuestra sociedad de tal forma que se pueda salvaguardar en su totalidad existe cerca de cuatro a 5 mil hectáreas en manos del proyecto Especial Chavimochic y que aún no son anexadas al área de conservación privada perteneciente a la UNT Lomas costeras cerro campana.

Distintas vertientes intelectuales han analizado el campo de las Ciencias de la Comunicación haciendo énfasis en su análisis en los medios y las consecuencias de estos en las personas. Si bien las Ciencias de la Comunicación siempre se la vinculan a los medios tradicionales como la televisión, radio, prensa, publicidad, y medios virtuales. No son únicamente estas plataformas las unidades de análisis. Aceptemos que la comunicación está presente en todos lados, desde un programa televisivo o radial, hasta lo que ocurre en el vecindario, toda la rica etnografía social y cultural, por tal razón es necesario hacer estudios de la comunicación a nivel holístico, de donde fehacientemente surgen los procesos comunicativos, y no solo a nivel macro como se han venido realizando, más bien en un plano amplio comunicacional segmentado en la realización de un Cortometraje denominado de ficción.

“El propósito de la comunicación es establecer contacto, conectar personas y establecer contacto. Las personas no somos una isla aislada. Formamos archipiélagos a través de la comunicación. Ellos son: grupos de trabajo o amigos, familias, parejas, comunidades y la humanidad en su conjunto”. (Gasperin, 2005, pág.55).

Es por ello que esta pieza audiovisual busca generar ese impacto relacional con la población de influencia del Santuario Cerro Campana, los pobladores y autóctonos de Huanchaco.

Esta tesis inicia el saber de un paradigma en ebullición: el resurgimiento indígena en el cine de ficción latinoamericano en la última década. Los temas étnicos habían estado casi olvidados durante décadas, en el siglo XXI las temáticas aborígenes han renacido.

En la tesis Condiciones Turísticas del área de conservación privada, Lomas del Cerro Campana para la práctica del ecoturismo en su observación de flora y fauna de Vanesa Ángeles Portocarrero de UNT Facultad de Ciencias Sociales (turismo) para obtener su título de licenciada (2015) llega a importantes conclusiones:

En esta investigación logran destacar que la reserva posee 213 especies de flora (152 especies fanerógamas y 61 criptógamas, de las cuales 20 son las más representativas y de éstas, 6 son endémicas) mostrándose la familia de las tillandsias conocidas como “achupallas”, 63 especies de fauna (20 son las más representativas, y de éstas, 8 son especies endémicas) destacándose las especies *Lagidium peruanum* conocida como “vizcacha” y *Geositta Peruviana* conocida como “minero peruano”. Asimismo, la demanda turística potencial interesada representada por el (66%) turistas nacionales y (34%) turistas extranjeros, demostrando interés por conocer especies endémicas (46%), (32%) prefieren la actividad de tomar fotografías de flora y fauna, el (97%) prefiere visitar el ACP Lomas del Cerro Campana en su estación húmeda, mientras que el (3%) en la estación seca, y por último el (33%) prefiere que el sendero represente el ecosistema del área para observar flora y fauna.

Según la obra maestra de Pablo sevigne “la colapsología” incide que dentro de una década el sistema actual estará en un colapso generalizado, es decir, que las sociedades que no estén preparadas para afrontar los cambios sociopolíticos, económicos y de convivencia se sumirán a un plano existencial adverso y sin un entorno medioambiental adecuado , es, en este contexto que ,planteamos, un cortometraje para revalorar un santuario ancestral el Cerro Campana, cuya memoria colectiva guarda una historia de leyenda, que se suscitó en esta montaña: La inmolación de Querrotumy, el último gran general Chimú. Es el

inicio o punto de partida para que los autóctonos y vecinos huanchaqueros tengan un sentimiento de pertenencia de la riqueza histórica y medioambiental del cerro Campana, en dónde, pueda generarse el turismo alternativo y sobre todo un espacio para poder apreciar al Perú antiguo en toda su magnitud, tanto por su historia como la preservación de su medioambiente y defensa patrimonial.

En este sentido, podemos manifestar que el cortometraje Querrotumy y la montaña sagrada no sólo revaloriza la importancia del cerro campana, sino también a través de su plan estratégico busca de manera cívica, democrática una ruta para el turismo alternativo y un homenaje al ecosistema, teniendo en cuenta que el sistema lomal que es parte de la reserva y la montaña en sí, sirven como parte del ecosistema en la región y Trujillo.

Podemos igual hacer mención que este cortometraje será puesto en una plataforma virtual al igual que buscará su difusión en centros universitarios y colegios secundarios, y el vecindario a través del Cine comunitario en su última etapa, de tal manera, que se podrá medir la efectividad con un trabajo coordinado con el campo social.

Estas charlas luego de la presentación del cortometraje serán validadas a través de encuestas.

Es prioritario también analizar los mensajes y la semiótica de las imágenes y diálogos presentar el presente cortometraje, cuyas grabaciones se realizaron en Chan Chan y la misma reserva del Cerro Campana.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Realidad problemática

La asociación de pescadores Ancestrales de Huanchaco alberga a los pescadores autóctonos en caballito de totora descendientes directos Mochicas Chimú, cuenta con escritura pública vigente desde 1985, este grupo humano con características únicas, sabios del mar al igual que sus antecesores.

Este grupo humano cuyos ancestros veneraron y tomaron como apu tutelar en el cerro campana, por diferentes aristas perdieron el contacto con el cerro Campana.

Esta relación o relacionamiento es uno de nuestros objetivos en la presente investigación que a través de una herramienta audiovisual

Huanchaco viene pasando por un panorama adverso medioambiental debido al avance de la erosión costera las playas viene siendo destruidas conforme pasan los años, esta situación, tiende a ser cada vez más difícil debido al avance de extensión de la pared de piedra (molón retenedor) del puerto de Salaverry.

Estas conclusiones son vertidas por el reconocido biólogo y docente universitario Carlos Bocanegra, quien en su obra "Destrucción del litoral de Trujillo" hace una prolija investigación con estudios marinos y un análisis descriptivo nos devela una cruda realidad en la que el balneario de Huanchaco viene sufriendo las consecuencias al igual que toda la costa norte del país.

Ante esta coyuntura medioambiental es que nace nuestra inquietud de poder revalorar y generar la defensa del patrimonio ,es pues ante el inminente avance de la erosión costera que, El cerro campana puede convertirse en fuente de recursos a través de un turismo sostenible para poder salvaguardar a nuestra cultura viviente , los descendientes directos de la cultura Mochica y Chimú que aún habitan en Huanchaco y que están agrupado por la asociación ancestral en caballito de totora, público objetivo en la presente investigación que busca el relacionamiento de esta vieja cultura y su santuario natural , que

en actuales circunstancias, estas generaciones, dejaron de visitar a excepción de uno de sus descendientes hablamos de, Percy Valladares Huamanchumo, quien es presidente de la asociación de defensa del Cerro Campana.

El Área de Conservación Privada (ACP) Lomas del Cerro Campana es un Área Natural Protegida, Resolución Ministerial N° 192-2016-MINAM, por la que se le declara de interés nacional y necesidad pública la protección de la biodiversidad y del patrimonio cultural, en el distrito de Huanchaco provincia de Trujillo, departamento de La Libertad.

La montaña se encuentra protegida por el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP), perteneciente al Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SINANPE), en su calidad como organismo público técnico especializado del Ministerio del Ambiente (MINAM), esta entidad coordina con los gobiernos regionales, locales y propietarios de predios reconocidos como áreas de conservación privada.

El 2014 ante la denuncia pública de la venta ilegal de las lomas del cerro campana por parte de la sociedad civil el Gobierno Regional mediante el Acuerdo Regional N° 082-2014-GR- LL/CR declaró "Autorizar la transferencia de terreno denominada Área de Conservación Regional "Lomas del Cerro Campana", a título gratuito, en favor de la Universidad Nacional de Trujillo, con una extensión de 4,564.98 hectáreas, ubicado en la etapa III, distritos de Huanchaco - Santiago de Cao, departamento de La Libertad.

Sin embargo, aún existe un área colindante que es parte de la reserva y que está a nombre de Chavimochic, son cerca de cinco mil hectáreas también que tiene que ser delimitada y tendría que formar parte de un todo como Santuario, en esta zona se ubican geoglifos ancestrales y el capac ñan o camino del Inca, espacios aún no estudiados que están a merced ante cualquier atentado. Actualmente, existen proyectos para la expansión urbana en este sector colindante con la ACP.

Toda esta extensión, Las Lomas del Cerro Campana, presenta valores ecológicos, socioculturales, faunísticos, florísticos, ambientales, científicos y turísticos:

- Valores Ecológicos, protege la calidad del medio ambiente, ostenta una belleza escénica de una comunidad lomal con una pendiente más grande que la presente en la Reserva Nacional de Lachay. Mantiene los suelos en su estado natural impidiendo la desertificación del área. Conservando la humedad relativa en la zona como termorregulador del ambiente y generador de aire.
- Valores Socioculturales. Presenta evidencia de las culturas Chiputur, Paisajense, y Chimú, muestra una gran muralla de aproximadamente 08 km. de extensión y que comienza en la base del cerro que fue usada en enfrentamientos bélicos entre la cultura Chimú e Inca entre otras, parte de esta historia narrada en el presente cortometraje Querrotumy y la Montaña Sagrada asimismo cuevas con pinturas rupestres y centros ceremoniales naturales que fueron moldeados por la mano del hombre.
- Valores Faunísticos. Cobija seis familias de reptiles, con 11 especies determinadas. Un total de 16 familias de aves con 23 especies determinadas hasta 1996. Y seis familias de mamíferos, reportándose la presencia de una variedad de vizcachas costeras es el último reducto Chimú.
- Valores Florísticos, permite la conservación de 221 especies de flora representadas por 37 líquenes, 05 hepáticas, 13 musgos, 07, pteridofitas y 159 fanerógamas, además algunas especies vulnerables y especies aún por descubrir.
- Valores Ambientales, ya que por naturaleza protege el medio ambiente, es considerado un “pulmón verde” que beneficia en forma directa a la ciudad de Trujillo y su entorno. Posee una gran belleza paisajística, y conserva formaciones geológicas importantes.
- Valores Científicas. Se han realizado investigaciones durante varias décadas, permite conocer la flora y la fauna. Y lo más reciente con los

hallazgos arqueológicos amplían más el panorama y rigor de importancia de este Santuario.

- Valores Turísticos, muestra un paisaje pintoresco y atractivo (parque lomal) para ser visitado y admirado en medio del desierto hiperárido de la costa peruana con características únicas y sumado a ello a la cercanía del balneario de Huanchaco, esta puede ser una ruta muy atractiva para el turismo vivencial y ecológico.

Según, el biólogo Carlos Quiroz, miembro de la asociación de defensa del Cerro Campana AREDEAC manifiesta que este recurso no cuenta con el apoyo debido de las autoridades pertinentes y el sector privado, además advierte limitaciones relacionadas con:

- Invasiones. A la altura del Kilómetro 580 y 590 existe un área marcada con palos de madera, limitando y dividiendo el espacio de invasión que abarca área del ACP Lomas del Cerro Campana.
- Falta de señalización que dirija a los visitantes cómo llegar a las lomas para apreciar la flora y fauna existente en este cerro. Incluso se han reportado casos de extravíos de personas; asimismo llegan personas sin sentido cívico y destruyen y alteran escenarios ancestrales.
- No se cuenta con un área especializada en gestionar los procesos de comunicación con los diferentes públicos de interés.
- Bajo presupuesto para dar solución a los problemas que presentan.

El Cerro Campana es una reserva natural con un gran potencial turístico; no obstante, hasta la fecha presenta deficiencias en su desarrollo como producto turístico, (no está incluido en el inventario de recursos turísticos nacional) y en las estrategias de comunicación dirigidas a los diversos públicos de interés, orientadas, por ejemplo, a la promoción y la coordinación institucional.

Por otro lado, se pudo identificar que el Comité Ejecutivo del ACP “Lomas del Cerro Campana” no tiene especialistas en comunicación que enfoquen su labor en la mejora de los procesos de información, sensibilización y posicionamiento del recurso mencionado.

Desde la generación de la comunicación, el ACP Lomas del Cerro Campana, no ejecuta estrategias comunicativas vinculados a lo educativo, corporativo, mediático (tradicional y digital), etc.; solo cuenta con una fanpage de dicho comité, quien alimenta de información que los estudiantes de la facultad de Ciencias Biológicas la sostienen.

El santuario Cerro Campana aún no es delimitado de manera adecuada, es por ello, que parte de la reserva quiso ser subastada en el 2014 por el mismo estado, además, en parte de la extensión también se practica la minería ilegal, asimismo, existe poco conocimiento sobre la trascendencia de este espacio de biodiversidad e historia de nuestro Perú antiguo, que se está dando a conocer.

La concretización de la cultura e identidad de las personas que utilizan el cine como herramienta de comunicación (Torres, 2012) permite comprender que la cultura juega un papel importante en el proceso creativo de defensa de los países marginales (Dagron, 2012).

A juzgar por las reflexiones en torno a la conquista de las luchas sociales, a lo largo del tiempo, diferentes pueblos étnicos e indígenas del Perú se han dado cuenta de nuevas necesidades, entre ellas la revaloración de la cultura y la afirmación de la identidad de sus pueblos y comunidades. El sector social (Zibechi, 2003) está estrechamente relacionado con la autoexpresión, utilizando la comunicación y el cine como herramientas de combate para descubrir su esencia y establecer su propia cosmovisión y conceptos ambientales.

Finalmente, es prioritario entender este aspecto la falta de civismo de la defensa patrimonial y cultural de Huanchaco, en la tesis, El valor Histórico y cultural de Huanchaco como potencial para el desarrollo de un balneario sostenible llega a importantes conclusiones, luego de su investigación.

En efecto, al ser periodista del portal HuanchacoNoticias podemos afirmar falta de civismo de temas centrales como la defensa de patrimonio y cultura de Huanchaco Balneario de sus propias autoridades y pobladores en general, surge en este contexto las alternativas de nosotros como comunicadores para salvaguardar nuestra riqueza ancestral y cultural.

2.2. Antecedentes de la investigación

2.2.1. Ámbito Internacional

Cuellar (2018) para obtener el doctorado en el programa de Estudios Artísticos y de la Cultura por la Universidad Autónoma de Madrid presentó la tesis titulada, Representación, Alteridad y Subjetividad: El Cine Indigenista en Redefinición (2005-2015) en donde aplicando una metodología para tal fin fue el análisis de texto cinematográfico, aunque en algunas ocasiones también empleó la (diacrónica y sincrónica) entre filmes, directores, actores y contextos de producción. El enfoque de la tesis fue trasnacional y permitió establecer una visión de conjunto y poner en diálogo producciones generadas en el seno de diferentes coyunturas geográficas e históricas para detectar estrategias comunes, corrientes continentales, influencias directas y veladas, así como concatenaciones que desde otra perspectiva metodológica habrían sido imposibles de vislumbrar.

En la tesis denominada Utilización de Cortometrajes para el mejoramiento de la habilidad de escucha en inglés en los estudiantes del tercer ciclo de educación básica en un colegio público en Bogotá de Julieth Carolina Rivera Niño y Ximena Rodríguez Mogollón. Nos transmite ante una investigación metódica la real dimensión de un cortometraje en lo que respecta en la atención en los niños, en nuestro caso en particular, indudablemente que consolida nuestra propuesta y eleva el nivel en la defensa de nuestro legado sociocultural para la posteridad.

Rossi (2011), La murga uruguaya, entre la carnavalización y la crítica política; tomando como objeto de investigación el Carnaval de Montevideo y sus representaciones, tratando de describir las funciones sociales y culturales de esta fiesta. Como parte de su metodología, busco una investigación etnográfica sobre la práctica social de Murgas y sus características, cómo convive y su espacio de experiencia social para los grupos. Principalmente es posible aclarar que "el punto de vista solo desde las vacaciones es el reduccionismo y el" Esta no es solo una práctica cultural específica relacionada con el universo que gira en torno al carnaval, porque no es solo un género dramático popular, ni el único momento real de encuentro colectivo, sino todos estos sucesos simultáneos".

También se concluyó que Carnaval, en especial Murga, a pesar de los cambios que se han ido produciendo a lo largo de los años, podemos conectar la Montaña Campana. Según el arqueólogo Regulo Franco, en su reciente investigación se trataba de un centro de peregrinaje, donde Apututelar y Querrotumy decidieron prenderse fuego allí, este entorno aún es poco estudiado y se conoce a través de un cortometraje, que encuentra el vínculo, sobre todo, con la cultura viva de Huanchaco que por razones de la pesca y cotidiano, además, de las costumbres del catolicismo, dejó de tener ese vínculo ancestral que sus antepasados mantenían con el pasar de las décadas para ellos conocer a Querrotumy a través de nuestro cortometraje les hace tener un sentimiento sublime y de pertenencia que de alguna manera se había perdido en el tiempo y ahora toda la cultura viva defiende a la montaña como suya.

Lo más interesante también es que el cerro campana fue escenario de danzas ancestrales y costumbres ceremoniales que poco a poco se van develando.

2.2.2. Ámbito local:

En el trabajo titulado: La expresión de la identidad cultural peruana en textos cinematográficos, el documental "Ollas y sueños" de Ernesto Cabellos tomado como ejemplo por José Marlon Alvarado Aguilar y Kevin Daniel Ruiz Wash. (2020) con la finalidad de doctorarse en Medios Audiovisuales Digitales Comunicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad Privada del Norte, señalaron que al analizar las variables de identidad cultural de esta tesis, el objetivo general fue describir cómo se expresa la identidad cultural peruana en el texto cinematográfico mencionado. Cinco escenas que muestran varios elementos de las características culturales peruanas. Resaltaron el contenido narrativo y audiovisual del video, las fiestas religiosas, el folclore, la danza, las costumbres, los rituales, el estilo de vida, la memoria colectiva, el idioma, la diversidad étnica y la alimentación y otros elementos valiosos. Este último es el elemento más importante mencionado. Además, existen elementos que representan un alto grado de reconocimiento por parte de la población peruana. Asimismo, la conexión entre la familia, el vínculo o vínculo y los sentimientos de las personas. Este es el origen del documental. Al final, los componentes anteriores se convierten en puras expresiones de un país y su historia va de la mano.

En la tesis titulada "Promoción de Estrategias de Comunicación para el Turismo en la Reserva Privada" Lomas del Cerro Campana ", Trujillo-Fiorela Casimiro para obtener la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Trujillo en 2018, lo que abrió una perspectiva Rigor académico porque Muestra la realidad de la falta de profesionalismo comunicativo en la misma institución encargada de resguardar el santuario.

Incluso una de las misiones de esta tesis es la elaboración de una estrategia comunicativa, en este contexto, nuestro Cortometraje se complementa dentro de su propuesta como una herramienta

comunicacional poderosa para lograr la concientización ambiental y el verdadero valor patrimonial en la misma zona de influencia Huanchaco.

El Cerro Campana es una reserva natural con un gran potencial turístico; no obstante, hasta la fecha presenta deficiencias en su desarrollo como producto turístico, (no está incluido en el inventario de recursos turísticos nacional) y en las estrategias de comunicación dirigidas a los diversos públicos de interés, orientadas, por ejemplo a la promoción y la coordinación institucional.

Balcázar (2012), en su tesis titulada: Utilizando las fiestas populares como medio de comunicación comercial: Tomando como ejemplo el Carnaval de Cajamarca, el trabajo de obtener la licenciatura en publicidad; aunque no estudió lo sucedido en el marco de esta fiesta. Prácticas de comunicación de las personas, pero llegó a una conclusión relacionada con la investigación que se discutirá. En su conclusión, dijo: "La encuesta muestra que con el tiempo, los carnavales siguen siendo oportunidades para que la gente del carnaval fortalezca amistades y promueva la amistad entre vecinos, colegas, amigos, vecinos e invitados. En general". Entonces se puede decir que es un espacio de comunicación comunitaria, en este caso, es inconsciente.

En este contexto nos abre un panorama de celebración religiosa y cultural a la vez nace esta investigación la idea de recrear una gran peregrinación al cerro campana encabezada por los autóctonos de Huanchaco. Elucubración que propondremos al final con o recomendaciones complementarias y que pueden ser puestas valor y ejecución comunitaria.

2.3. Teorías relacionadas al tema

Identidad cultural

En el marco de la investigación y la penetración general del concepto de identidad cultural como sujeto de investigación, varios autores tienen supuestos inconsistentes. Teniendo esto en cuenta, se ha profundizado en el concepto más cercano a la investigación de casos. En este sentido, es importante comprender los conceptos de cultura e identidad. Para Polanco (1996), en el artículo "Identidad cultural y comunicación". La cultura es humanista, persigue una apreciación racional de las personas y enfatiza la naturaleza humana. En este concepto también se menciona que la cultura incluye las siguientes dimensiones: normas culturales, valores, experiencia y práctica.

Polanco (1996) redujo el concepto cultural heredado a una teoría humanista que debe promoverse mediante la difusión y el disfrute selectivo de los productos culturales, y lo redujo a un concepto folclórico que nos recuerda la restauración de la práctica. En el pasado, nuestras raíces (página 117).

En la "Declaración de Bogotá" (1978) se proclamó que la identidad cultural como fundamento de la nación proviene de su pasado y se proyecta hacia su futuro. De esa forma nunca será estático, sino al mismo tiempo. Orientada histórica y hacia el futuro, así como siempre en una nueva y mejor dirección (Declaración de Bogotá, 1978; Oruno, 1984, p. 362).

Para el sociólogo Giménez (2005), la teoría de la identidad es una parte de los actores sociales que configura y consolida la interacción e interacción entre las personas. La percepción colectiva de "nosotros". En su momento (dentro del grupo), más que "otros" (fuera del grupo), en base al conocimiento (propio y del sexo opuesto) de características, marcas y rasgos comunes (también utilizados como logotipos o signos) y el colectivo común. memoria "(pág. 90). Esto significa que la identidad se basa en el autoconocimiento y la autoafirmación del actor social (individuo), lo que posibilita el reconocimiento o asignación externa de un colectivo (grupo social). La identidad también es un

concepto básico en las ciencias sociales y el lenguaje cotidiano. Terrén (2001) Un lenguaje que construye significados y expresa al individuo como actor social y le da sentido de pertenencia.

Indudablemente, que uno de los objetivos, de este estudio de investigación es generar el sentido de pertenencia en la cultura viva de Huanchaco, recobrar esa conexión milenaria que tuvieron sus ancestros con el cerro campana.

Para Molano (2007) afirmó que el término identidad cultural es un sentido de pertenencia de un individuo o una comunidad y contiene costumbres culturalmente únicas que se diferencian de otras. Sin embargo, siempre intenta influir en otros grupos o sociedades en el exterior. Por ello, "el concepto de identidad cultural implica un sentido de pertenencia a un grupo social que comparte características culturales como costumbres, valores y creencias" (p. 73).

En efecto, nuestra investigación parte de la riqueza cultural de las culturas en el norte del país, precisamente en Huanchaco existe aún la única étnica de pescadores milenarios Mochicas Chimús agrupada en la asociación de pescadores ancestrales de cual soy miembro honorario.

- Identidad cultural en el Perú

Vivimos en un país con tanta riqueza cultural tan trascendente y rica que en cada región costa, sierra y selva existen orígenes milenarios auténticos admirados en el mundo, en la presente investigación nos adentramos a la historia mochica Chimú con el redescubrimiento de la Montaña Sagrada Muchic, El Cerro Campana, ubicado en Huanchaco que alberga la última caleta ancestral cuna de pescadores milenarios.

Pastor (2016) Nuestra clase de historia trató de crear un sentido de identidad lo suficientemente fuerte como para hacer que los peruanos estén dispuestos a sacrificar sus vidas en un momento crítico de la historia para amar a su país. Este tipo de historia nacional está moldeada por nuestra historia,

geografía, sociología, política, literatura, poesía, pintura y películas. También un papel importante la creación de museos, monumentos nacionales, calles, parques y avenidas para conmemorar juegos a nuestros héroes o acontecimientos importantes de la historia. Desempeña un papel excelente en el mantenimiento de nuestra memoria. Museo Nacional, Museo Regional, Museo de Arte de Lima, Museo del Recuerdo y Reconciliación, Casa de Gasilasso, Palacio de Gobierno, Palacio de Justicia, Catedral, Machu Picchu, Sacsayhuaman, Guerras Heroicas, Monumento a la Independencia Pampa de Quinua, El Arco de la Victoria, los monumentos de artistas, poetas e incas, los nombres de calles, plazas, parques y avenidas ayudan a recordar y preservar nuestra identidad nacional (p. 125).

En este caso, hay algunos conceptos en Perú que actualmente no están definidos y se están discutiendo. Podemos estar seguros que el Perú es considerado multicultural, americano, hispano, andino americano, pero también cristiano, occidental, hispano, mestizo, etc. Este es un país lleno de diversidad étnica. A Callo (1999) señaló que "el Imperio Inca fue coronado durante muchos kilómetros e incluyó a hombres y mujeres de diferentes orígenes. Establecieron lo que llamaron la "identidad cultural" del antiguo Perú "(p. 153)).

Además, recuerde que el antiguo Perú no tenía nombre, este nombre fue agregado por su conquistador "español". Pero esta es su principal identidad cultural durante el Imperio Inca. Destacados elementos culturales a partir de elementos naturales como el sol, como su religión "Viracocha, Pachacamac, Inti, etc. Callo (1999) concluyó que desde su fundación, el Perú ha desarrollado una identidad que trasciende el tiempo a pesar de su historia. Reconocimiento. Incas y conquistas españolas y guerras perdidas obsesionaron a los peruanos con sus sentimientos, y una cierta etapa de pérdida se considera una etapa de desarrollo.

El sentimiento de pertenencia

Este aspecto es de suma trascendencia para esta tesis, pues engloba uno de las misiones humanistas en defensa de nuestro medioambiente, podríamos decir que es un tema neurálgico, pues buscamos el relacionamiento perdido a través de la cultura viva y el cerro campana.

Entendemos por las recientes investigaciones que esta montaña es la Montaña Sagrada Mochica Chimú que en una primera etapa se pensaba que era el cerro blanco ahora con las recientes investigaciones sabemos que es el cerro Campana, que fue centro del inicio de las civilizaciones en el norte del país existen evidencias de las primeras culturas hasta la historia épica de la inmolación de Querrotumy último gran general Chimú que se inmoló en el cerro campana.

Zea & Atuesta (2007) enfatizaron que "Pertenencia es la relación que un individuo establece para sí mismo y como parte del grupo en respuesta a intereses grupales" (p. 28). El autor de "Hacia una comunidad educativa interactiva" destacó la existencia de los cuatro componentes del concepto de pertenencia.

- Primero: el sentido de comunidad a través de la territorialidad, los símbolos y las vivencias.
- Segundo: la dinámica de los individuos y la influencia de las jerarquías de los miembros.
- Tercero: la integración y satisfacción de necesidades comunes como valores y recursos.
- Cuarto, conexión emocional compartida y reconocimiento de la conexión a través de la experiencia.

"Podemos estar seguros de que puede haber cohesión a nivel local y deconstrucción a nivel social" (p. 25). Maslow (1991) dijo que la industrialización y la globalización son las causas de la pérdida de la etnia o las raíces que causarán desorientación en la sociedad y tendrán efectos devastadores en los grupos sociales. Sin embargo, la situación anterior ha provocado discriminación cultural y exclusión social.

Maslow (1991) dijo que el sentido de pertenencia es una necesidad social de las personas; coloca esa necesidad en el centro del nivel de necesidad: la pirámide de Maslow, mientras que las ciencias sociales examinan la relación con el grupo social: familia, grupo o lugar. Relación. Con este fin, mencionó, "Creo que el rápido crecimiento de grandes grupos de formación (grupos F), grupos de crecimiento personal y asociaciones establecidas establecidas puede deberse en parte a este deseo insatisfecho de contacto, intimidad y pertenencia" (p. .29). . En este sentido, el autor subraya la importancia y necesidad de la pertenencia para la pertenencia e identificación con un determinado contexto, lo que desencadena una respuesta positiva a nivel socio-psicológico, emocional y físico.

“Cuando las necesidades físicas y de seguridad estén bien cubiertas, surgirán las necesidades de amor, afecto y pertenencia, y todo el ciclo descrito se repetirá en este nuevo centro” (Maslow, 1991, p. 28). Cabe señalar que las diversas teorías de pertenencia son conceptualmente consistentes, la mayoría enfatizando aspectos relacionados con el afecto, las emociones, la memoria y la identificación de un grupo o espacio particular en el que interactúan.

Elementos culturales

Elementos culturales de identidad.

Para Pierre Nora (1998), basada en la relación entre memoria e historia, la memoria colectiva es un avance de la identidad nacional. La memoria toma decisiones, y los elementos denominados "lugares de la memoria" se encargan de descubrir identidades. Los lugares de la memoria producen efectos emocionales y de relación entre los individuos que interactúan dentro de su territorio o país. En su artículo, afirmó que "Les lieux de memoire" es tripartito y consta de tres elementos: intangible (patrimonio histórico, momentos históricos), representación simbólica, etc.); materiales (territorio, país, código civil, patrimonio); ideal (énfasis en el poder y el lenguaje "gloria" y "habla", respectivamente). Pierre Nora

Pueden ser simples monumentos: monumentos a los muertos, panteones, santuarios reales. Pueden ser lugares físicos, monumentos o lugares

históricos, como el Palacio de Versalles o el Palacio de Vezelay. Pueden ser ceremonias conmemorativas, desde la consagración de Reims hasta el centenario de la Revolución, desde el discurso académico hasta el milenio de la dinastía Capeto, todos inundados en Les lieux de memoire. Pueden ser signos, como el gallo francés o la bandera tricolor, o moneda, como "libertad-igualdad-fraternidad", "Francia, la hija mayor de la iglesia" o "muere por la patria". Pueden ser memorizadores, instituciones típicas o pautas básicas. (Nora, 1998, pág.20)

Martínez (2007) mencionó que existen partes intangibles (normas y valores) y elementos tangibles (todo lo que es visible y tangible) en este campo. Ellos reflejan una comunidad o grupo social que no está familiarizado con este tema, y son Este campo es desconocido. Uso de lenguaje y símbolos. Para María Orduna (2012), jefa del Departamento de Filosofía y Letras de la Universidad de Navarra, apoya acciones ágiles en los principales elementos para institucionalizar la identidad comunitaria y acelerar y designar su desarrollo.

Orduna (2012) mencionó los siguientes elementos (2012, p. 34-35).

- Material. Todos los objetos están en estado natural o modificados por humanos.
- Organización. Todas las formas de relaciones sociales (normas, reglas y leyes).
- Conocimiento. La experiencia de asimilación que ha sido cuidadosamente elaborada, acumulada y difundida de generación en generación (costumbres).
- Simbólico. Diferentes códigos que permiten a los participantes comunicarse lo necesario entre diferentes momentos de la acción (lenguaje).
- Emocional. También se les puede llamar subjetivos. Son representaciones colectivas, creencias y valores integrales que inspiran participación y / o aceptación: la subjetividad como elemento cultural indispensable.

- En una recopilación de diferentes teorías y conceptos sobre elementos culturales, no es raro encontrar conceptos que tocan los temas anteriores en la realidad peruana.

La UNESCO (1982) conceptualizó "convertirnos en un ser particularmente humano, racional, crítico y moralmente comprometido". A través de él discernimos el valor y tomamos decisiones. A través de él, las personas se expresan, se realizan, admiten que son un proyecto inconcluso, cuestionan sus propios logros, encuentran incansablemente nuevos significados y crean obras que lo superan "(página 1). Entonces, en la cultura, los elementos que constituyen todo el patrimonio social interfieren entre sí y, al mismo tiempo, forman parte de la forma en que todos hacen las cosas, se puede considerar como cultura.

Representación y simbolismo

Para comprender mejor los elementos de la identidad cultural, es necesario profundizar en la definición de representación y simbolismo. Jodelet (1988) afirma que la representación es una mezcla de diversos fenómenos individuales y colectivos, que pueden ser verificados y estudiados en el campo de la psicología social. Ha habido eclipses solares prolongados en la comunidad científica. Pero su teoría se resumirá en "Psicólogo social". "(Página 69).

Lacolla (2005) cree que la representación social (RS) se asume como una disciplina sistemática que da sentido a los hechos y forma conceptos prácticos para su sociedad, material y entorno ideal. También considera las condiciones ambientales (economía, sociedad, historia, sistemas de creencias y valores), su expresión ((información, imágenes, opiniones, actitudes, etc.), funciones de comunicación e interacción social, etc.

Barbeta (2015), ¿alguna vez te has cuestionado los conceptos de simbolismo, simbolismo, simbolismo y simbolismo? El significado de discutir al respecto es ambiguo porque se resolvió repentinamente, provocando confusión entre uno y otro. Sin embargo, Barbeta propuso un

tratamiento organizado y enmarcado del simbolismo desde la perspectiva de la psicología social del simbolismo.

Cuando un símbolo es simbólico, el simbolismo se manifiesta: cuando representa y tiene la capacidad de conectar o unir personas o grupos entre cosas, Barbeta (2015). Desde esta perspectiva, se puede entender que la simbolización es una evolución, en la que, bajo la intervención del deseo sexual, la cognición-emoción y la cultura social, el símbolo y el universo simbólico forman un entorno simbiótico a nivel individual y grupal; en, Además, también explica que el ser humano tenga la capacidad de simbolizar a través de la interacción social. Además, para armonizar las representaciones con los símbolos sociales, es necesario considerar las formas de adquirir, comunicar, crear, difundir y reproducir el conocimiento, así como los signos y formas armoniosas.

Matuslazzo cree que los elementos culturales se dividen en materiales concretos y simbólicos o espirituales, como personajes (históricos, literarios, etc.); fiestas (imán, religión, etc.); comida (comida típica, etc.); vestimenta (vestimenta típica), moda, etc.); artes integrales (artesanía, etc.); estructuras de construcción, instrumentos de trabajo (herramientas) y monumentos históricos representativos. Además, los elementos de los símbolos culturales se presentan de diferentes formas en todas partes, y los productos cinematográficos pueden contener diferentes elementos y significados (Matuslazo, 2011, p.15).

Los elementos culturales más representativos son:

a. Creencia religiosa

La religión juega un papel decisivo en el desempeño de otros elementos culturales (como la ropa, la comida y la vida cotidiana). Maalouf (2009) considera la religión como el eje central, también determina los principios religiosos, así como otros elementos, por ejemplo, se considera el aspecto central de la identidad.

b. Vestuario

La actuación estética o forma de vestir de una persona es un elemento cultural marcado por la moda, por las características etnográficas y climáticas de la región o por la religión. La ropa es un elemento que identifica la cultura de las personas que la visten, como el uso del burka por parte de las mujeres islámicas o faldas en la montaña o sombreros como el que usa Pedro Castillo, natural de Chota Cajamarca.

c. Música y baile

La música, el ritmo o el instrumento es un sentimiento universal, por lo que su ritmo es compartido, entendido y aceptado por todos. Por eso la música es un elemento muy poderoso que expone la cultura de un determinado grupo social. Según Olaya (2016), la danza y la música son un todo que establece la identidad cultural. La danza implica el movimiento completo del cuerpo en un espacio con un golpe o ritmo específico, y no se ve afectado por la música, en la mayoría de los casos la música busca transmitir información, emociones, expresiones culturales y sociales.

d. Tradiciones culinarias

La gastronomía es donde se percibe, con mayor profundidad, la mezcla de diferentes culturas. Hoy en día, es difícil mostrar comidas típicas de una región sin algunas provenientes de otras culturas que vinieron a complementar las recetas nativas. Los platos típicos de una región son una forma contundente de expresión de su cultura. Ejemplos: tamal mexicano, paella española, pasta italiana.

e. Símbolos: creencias y rituales

La simbología pretende ampliar un significado representativo: un rosario o una estatua de Buda, un santo, una constitución; una bandera, esta representación se centra en el término religioso y espiritual.

f. Idioma o idioma

La lengua o lenguas es un eje prioritario de comunicación o expresión de la identidad de una nación, una etnia o un grupo social. Es un juego de códigos hablados (y a menudo escritos). La oralidad, como la cultura, no es solo colectiva, sino también personal. Los humanos somos parte de una lengua, pero cada persona la usa según su etnografía e idiosincrasia, sus vivencias, su identidad y el entorno grupal del que forman parte.

g. Arquitectura

Indudablemente, que las obras arquitectónicas son una obra de arte y muestran según su uso parte de nuestra identidad cultural, en la mayoría de casos, como por ejemplo en nuestra zona de influencia Huanchaco contamos con Chan Chan, declarada patrimonio de la humanidad por la Unesco, la ciudad de barro más grande del mundo, con una expresión cultural autóctona que trasciende en el tiempo, en este mismo espacio encontramos una iglesia colonial manifestación de los colonos que dejaron enmarcado la simbiosis de nuestra Historia ancestral y colonial.

h. Reglas y sanciones

Son órdenes obligatorias sobre lo que los ciudadanos deben o no deben hacer, decir o pensar en una situación particular. Las sanciones son recompensas y castigos, están prescritos por la sociedad y las personas deben respetar las normas. Ruiz (2007) cree que la cultura ya no es solo la acumulación de obras y conocimientos producidos por una sociedad determinada. No se limita solo a la adquisición de productos culturales, sino también a un requisito de estilo de vida, que también incluye el sistema educativo, Medios de comunicación, industrias culturales y derechos de la información.

i. Ciencia aplicada

Este factor técnico simplifica el trabajo y unifica el entorno utilizado por la comunidad. Por tanto, el dinero, Internet, la información, etc., la ciencia y la cultura están íntimamente relacionados con el desarrollo de la sociedad en su conjunto.

j. Intercomunicación

Para comprender el concepto de "comunicación e interacción", se realizará una breve revisión conceptual de cada término. El comportamiento interactivo es el estímulo que conduce a la "interacción". De esta forma, "cuando la acción realizada por el individuo A estimula la unidad de respuesta de otro sujeto B, hay espacio para la interacción, y viceversa" (Maisonneuve, 1968, p. 51; Dominique, 1989, p. 14). Por tanto, cuando hablamos de interacción, nos recuerda la influencia entre objetos, o más precisamente, la "retroalimentación". Este término significa beneficio mutuo a cambio, el resultado de la interacción. En la actualidad, en plena pandemia, podemos conceptualizar la comunicación virtual y ahora generar interacciones de comunicación digital avanzadas a través de la plataforma.

El cine como medio de expresión / narrador de identidad cultural

Desde los 14 años relato las principales historias de mi ciudad Trujillo para el Perú y el mundo cubriendo las noticias de impacto más importantes de la década de los noventa hasta el año 2015 aproximadamente , es este devenir de mi vida como periodista que me percaté de lo profundo que puede ser un reportaje , y sobre todo lo que este puede transmitir , es así que en mi madurez como ser humano que opto por hacer cine , es decir , el presente cortometraje que genere un cambio social en mi ámbito geográfico al ser vecino de Huanchaco.

En Estados Unidos, cuna de la fotografía cinematográfica. Utilizan discursos patrióticos, siempre con el objetivo de polarizar el bien y el mal. Comenzaron con películas románticas y comedias tradicionales en TV, la familia vive en

Wonderland, Puerta (2015). Asimismo, son conscientes del papel de la identidad cultural en la representación cinematográfica.

Bedoya (2017) nos dijo que había un walkie talkie frente a nosotros en 1931. Estas salas han sido modernizadas por la North American Western Electric Company, que ha tomado la iniciativa con un objetivo monopolístico, y ha estado en toda Latinoamérica.

Las películas representan una forma muy importante de difusión moderna de la cultura universal. Nuestra sociedad se está formando e informándose a través de películas y televisión, novelas cinematográficas, reportajes o documentales, lo que permite otra forma de entender el complejo mundo de la humanidad (...) Las narrativas tradicionales y sus símbolos culturales suelen involucrar conocimientos sobre la vida, la cultura y la moral. , que tienen un gran impacto en las personas, la sociedad y la cultura (...) El significado de la narración se convierte en fuente de emociones y sentimientos (Astudillo y Mendinueta, 2007, págs. 85-87).

Para Rio y Fuertes (2004), el objetivo es todo sentido social apropiado e interiorizado, expresar la realidad a través de mecanismos concretos o ficticiales, es decir, recrear la realidad en la mayor medida posible. Hall y Gay (1996) Por tanto, a través del arte espacial, la experiencia real y subjetiva se combinan para recrear significados objetivos. Hay que aprender a comprender al intermediario, saber distinguir entre la realidad natural y la nueva realidad cultural humana, para no cometer errores en el desempeño. Pablo del Río y Marta Fuertes mencionaron lo siguiente:

Para los "seres humanos en construcción" (niños) que todavía están construyendo sus propios pensamientos y su mundo, el peligro de alienación es particularmente mayor. Por lo tanto, la "atribución realista" de lo que ve por parte del público se considera una especie de infancia Temas de especial importancia, en la medida en que los niños pueden usar el carácter y las acciones de Superman, la crueldad del asesino o la imagen retórica del anunciante como sugerencias realistas y razonables, cite los ejemplos más típicos. (Rio y Fuertes, 2004, p. 204). Cine documental en el Perú.

Bedoya (2016) "La llegada de los walkie-talkies obligó a la reconversión de los equipos en los cines de todo el mundo, iniciando un concurso que buscaba un

impacto inmediato en el campo del sonido cinematográfico” (página 19). Bedoya (2017) La historia del cine peruano se originó en los documentales, y en cierta medida también es noticia. Con el tiempo, los centros académicos, los grupos culturales independientes y los participantes sociales se han vuelto cada vez más profundos en la comprensión, grabación y uso de documentales como herramientas para expresar problemas personales, sociales, culturales y políticos. Los documentales peruanos se han desarrollado de cierta manera, han logrado distintos éxitos en el exterior, y muestran la realidad cotidiana de la realidad peruana, muchas de las cuales son condenas sociales que intentan sensibilizar a la audiencia. Mauricio Godoy mencionó lo siguiente:

Análisis Crítico cine indigenista

El cine, como herramienta de comunicación, permite “registrar la memoria histórica de las personas, imitar la realidad a través de la ficción y reflejar características y culturas de todo el mundo. Nuestra formación de una célula social es fundamental para el desarrollo de los individuos” (Lupera et al., 2018). Repensar el cine y sus formas de representación en pro del desarrollo y cambio social permite plantearlo como un espacio para la reivindicación de las identidades culturales.

Los rasgos distintivos de cada lugar o grupo social del mundo que son plasmados en el cine, son los que brindan la diferencia, haciendo que las líneas argumentales nos resulten originales y atractivas.

Es un cine que tiene como línea rectora el derecho a la comunicación. Su referente principal no es la comercialización cinematográfica, más bien la comunicación como reivindicación de los excluidos y silenciados. Es una expresión de comunicación, una expresión político social artístico. En la mayoría de los casos, surge la necesidad de comunicarse en el propio idioma sin intermediarios. Este idioma no está predeterminado por otros idiomas existentes. Tiene como objetivo lograr la representación política en la sociedad y ser marginado. La función de lo colectivo, sobre presentado o descuidado. (Furumusio, 2014).

El presente trabajo se enfoca en el análisis de las características de la producción del Cortometraje Querrotumy y la Montaña Sagrada, con la finalidad de analizar las formas de representación. Los componentes que se tendrán en cuenta para esta investigación incluyen la narrativa, la imagen y el audio.

2.4. Formulación del problema

¿De qué manera el Cortometraje "Querrotumy y la montaña sagrada" contribuye a la sensibilización en la defensa del patrimonio cultural del Cerro Campana en los pescadores ancestrales de Huanchaco?

2.5. Justificación del estudio

La erosión costera viene avanzando de manera alarmante, generando la vulnerabilidad de la cultura viva de Huanchaco, que se sostiene con la pesca en caballito de totora, es así, que en este contexto el Cerro Campana se convierte en una alternativa turística que puede ser fuente para la comuna y la cultura viva de Huanchaco.

En el aspecto social se conoce las amenazas y desastres de tipo antrópico frecuentes en el Área de Conservación Privada (ACP) Lomas Cerro Campana-provincias Trujillo y Ascope, región La Libertad, Perú desde 1989 hasta 2021, sobre la flora y fauna y evidencias arqueológicas; tales como: la expansión urbana, minería informal, cambio de uso de suelo, incendios y una capacidad de carga de visitantes no controlada. La Universidad Nacional de Trujillo desde 26 de julio del 2016 está a cargo de la protección de este ecosistema frágil y ha desarrollado estrategias a fin de contrarrestar estas amenazas o reducir sus impactos, a fin de promover su conservación, investigación científica y el desarrollo de un turismo responsable. En el aspecto metodológico servirá como modelo para próximas investigaciones que busquen identificar los escenarios de los barrios como espacios para que la interrelación de los vecinos de una misma comunidad se fortalezca, y mediante estas prácticas comunicativas puedan crear su cultura e identidad. Para aquellos que busquen hacer un estudio cultural desde la perspectiva comunicacional, llenando los vacíos que dejaron algunas propuestas funcionalistas.

Por último, la importancia y el aporte de este estudio es que, primero, se valore la comunicación como herramienta de micro-análisis para identificar la cultura y tradiciones de un pueblo, conocer cómo, por qué y con qué finalidad se dan los procesos comunicativos, y si sus actores son conscientes de la importancia que tienen estas tierras para que exista una armonía y fuentes de desarrollo sostenible en su comunidad. De otro lado, servirá a la comunidad de pescadores ancestrales a rescatar parte de su legado histórico además de empoderarlos como luchadores sociales en pro de la defensa del Cerro Campana para preservarlo ante las futuras generaciones.

2.6. Hipótesis

La presente investigación carece de hipótesis ya que se trata de un estudio descriptivo y de tipo cualitativa. Se establecen claramente los objetivos con el fin de validar este proyecto. Ya que según el especialista Hernández, Fernández y Baptista (2003) afirman que, por lo regular, las tesis cualitativas no formulan hipótesis. Su naturaleza es más bien inductiva, por lo cual no se partió de la estadística.

2.7. Objetivos

2.7.1. Objetivo General:

Explicar cómo el Cortometraje Querrotumy y la montaña sagrada sensibiliza a los pescadores ancestrales en la defensa del patrimonio cultural del Cerro Campana de Huanchaco.

2.7.2. Objetivos Específicos:

- Conocer el nivel de identificación de los pescadores con el patrimonio cultural del Cerro Campana de Huanchaco.
- Generar el relacionamiento perdido entre el Cerro Campana y la cultura viva de Huanchaco.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Se fundamenta en el paradigma naturalista, porque es un estudio antropológico desde la percepción de quien asume la investigación y, cuyo estudio del Cortometraje Querrotumy y la montaña sagrada como herramienta comunicacional de sensibilización para la defensa del Cerro Campana, se da en el marco de demostraciones interpretativas.

Sigue una metodología cualitativa porque se tiene como objetivo explicar la forma en que el Cortometraje Querrotumy y la montaña sagrada como herramienta comunicacional contribuye a la sensibilización para la defensa del patrimonio cultural del Cerro Campana.

Es de tipo fenomenológico, ya que se abordará a la sensibilización de los huanchaqueros para la defensa del patrimonio cultural del Cerro Campana.

Esta investigación es de tipo etnográfico porque abarca aspectos de comportamiento y actitud social con referencia a la cultura y, específicamente, la defensa del patrimonio cultural del Cerro Campana.

3.2. Escenario de estudio

- Balneario de Huanchaco

Huanchaco es un ícono de la cultura viva Mochica Chimú, aún mantiene una tradición milenaria: La pesca Ancestral en Caballito de Totora hecha a la mar por descendientes directos de la Cultura Viva, oriundos de apellidos característicos como Huamanchumo, Piminchumo, Chilmaza Urcia entre otros ilustres pescadores íconos vivientes de esta milenaria cultura que gobernó la costa Norte por miles de años y que no sólo dejó grandes obras arquitectónicas y muestras de arte también conquistó el mar y es alentador ver a la mar estas embarcaciones de caballito de totora toda esta cultura viva se encuentra vigente en la asociación de pescadores artesanales de Huanchaco con más de tres décadas de existencia ordinaria y estatutaria, agrupada por los descendientes directos Mochica Chimú.

Este balneario actualmente es uno de los más concurridos a tan sólo 12 kilómetros de Trujillo cuenta no sólo con historia étnica ancestral es punto de referencia de la gastronomía y es catalogada como capital del surf en el mundo.

Cuenta con cerca de cien mil pobladores distribuidos en centros poblados como el trópico, El Milagro, Ramón Castilla, el clima es templado, y también cuenta con una iglesia colonial una de las más antiguas de Sudamérica con una arquitectura indigenista colonial que muestra la simbiosis de su historia.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población:

La población en la presente investigación será conformada por los (60) pescadores ancestrales del balneario y distrito de Huanchaco de la provincia de Trujillo en el departamento de La Libertad.

3.3.2. Muestra:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el muestreo se define como una técnica que implica seleccionar una parte representativa de la población para la investigación. A su vez, indican que existe una muestra censal, como una muestra que utiliza como muestra todas las unidades o individuos encuestados ¿Dónde se puede utilizar la población como muestra, a partir de aquí, porque el grupo de investigación de jóvenes y el Wanchaco Ancestral La Asociación de Pescadores tiene 60 socios cooperativos?

Muestreo:

Por conveniencia, la técnica aplicada es el muestreo no probabilístico. En base a los objetivos que se persiguen, se selecciona deliberadamente a las personas para que cumplan con las características y requisitos requeridos para brindar datos en respuesta a los objetivos establecidos. “El investigador decide qué individuos del grupo pasan a formar parte de la muestra” (Canal, 2006, p. 126). Por lo que se decidió incluir a todos los pescadores ancestrales (60) con la finalidad de integrarlos y obtener un estudio exhaustivo.

Técnicas e instrumentos de recopilación y análisis de datos

Se realizó una encuesta por cuestionario, y como herramienta para obtener información, también se utilizó una escala Likert para medir actitudes hacia objetos, hechos o ideas. La herramienta de recolección de datos se crea en base a la escala Likert, que puede comprender si la muestra de investigación está completamente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo o en desacuerdo con el cuestionario en absoluto. Esta herramienta ha sido validada por (03) tres profesores de la Universidad Cesar Vallejo para verificar su autenticidad y confirmar si las preguntas planteadas son suficientes y relevantes para encontrar los objetivos de la investigación. El cuestionario fue elaborado por el autor del estudio, Diego Alejandro Rojas La Torre, y los verificadores de la herramienta fueron las maestras Sharon Soledad Paredes Delgado, Karinn Jacquelin Chávez Díaz y Alina del Pilar Antón Chávez, expertas en ciencias de la comunicación.

3.4. Participantes

- Pescadores Ancestrales de Huanchaco

MODELO

La tesis investigativa y descriptiva plantea una propuesta cualitativa se han elegido como participantes a los pescadores ancestrales de Huanchaco.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Encuestas

Entrevistas

Instrumentos

Cuestionario

Guía de entrevistas

3.6. Procedimiento

El procedimiento se dará de manera descriptiva y con bastante sentido patriótico en la defensa de nuestro patrimonio y recursos naturales.

El análisis será vital para enmarcar esta investigación cualitativa en un espectro real y tangible llegando a importantes conclusiones y de tal manera que buscará esfuerzos conjuntos para el desarrollo de herramientas comunicacionales que generen impacto al público que nos dirigimos.

3.7. Rigor científico

Ya que la investigación: Cortometraje Querrotumy y la montaña sagrada como herramienta comunicacional de sensibilización para la defensa del Cerro Campana demanda la utilización de instrumentos (cuestionario de entrevista y ficha técnica) éstos serán sometidos a juicio de expertos, los cuales contribuirán intensamente a la investigación con el aporte de sus críticas constructivas, ideas, sugerencias y conocimientos. Cabe precisar que antes de mostrar el Cortometraje Querrotumy y la montaña sagrada como herramienta comunicacional de sensibilización para la defensa del Cerro Campana se recalcará la importancia de este santuario natural para el ecosistema de la región y Sudamérica.

Por un tema ético, se mantendrá en secreto los nombres de los adolescentes participantes y se solicitará permiso de uso de datos a los participantes mayores de edad.

3.8. Método de análisis de datos

El análisis de datos responde a investigaciones de metodología fenomenológica porque es claramente cualitativo. Para Folgueiras (2009), este enfoque tiene como objetivo reducir la experiencia a un significado básico que se pueda explicar y describir. Como quieres hacer en esta investigación.

3.9. Aspectos éticos

Se remitió a la revisión de los principios, criterios y requerimientos que una investigación debía satisfacer para que fuese considerada ética.

Respondió a principios teóricos que le dieron valor al estudio, del cual los resultados fueron utilizados con fines netamente académicos. Toda la información presente en los textos fue de autenticidad del autor y citadas por quien correspondía. Las técnicas de recolección de datos se hicieron con personas capaces de otorgar la información necesaria y con el consentimiento de éstos.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Categorías

Cortometraje Querrotumy y la montaña sagrada como herramienta comunicacional

Subcategorías

Patrimonio Cultural

Categorías

Sensibilización por la defensa de Patrimonio

Subcategorías

Matriz de categorización

Categorías Corto Querrotumy y la Montaña Sagrada	Subcategoría Sensibilización por el patrimonio cultural de Huanchaco	Indicadores	Ítems de la guía de entrevistados pobladores de Huanchaco	Escolares	Pescadores Ancestrales
Según el destacado científico francés Piere Lavigne en su flamante obra La Colapsología, manifiesta que el cambio climático que se avecina será doloroso para la humanidad, es por ello, que cobra más que preponderancia a la defensa de nuestro patrimonio cultural.	La sensibilización a través de la imagen en este caso específico de un relato audiovisual de uno del héroes de la cultura mochica Chimú Querrotumy contada por el padre Fray de la Calancha es una simbiosis de amor a la patria a través de este relato	Construir una visión de defensa patrimonial compartida de cambio. Fomentar el conocimiento y la acción cívica para la defensa del cerro campana Esperar reciprocidad u o interés en nuestros grupo de relevancia.	¿Cómo percibe la importancia del cerro Campana?	¿Conoces a Querrotumy ?	¿Como descendientes directos de Michanzamán como toman la importancia en su historia al cerro campana?
	El despertar de conciencia cívica ambiental Capacidad comunicativa para promover el cortometraje en los pescadores huanchaqueños	Dar reconocimiento y estímulo a las buenas prácticas patrimoniales	¿Cuál es su opinión respecto a las acciones por la defensa del cerro campana?	¿Cuáles son las acciones para poder profundizar en la importancia del santuario en mención?	¿De qué manera te gustaría conocer más sobre el cerro campana?

DISCUSIÓN

Teoría Identidad cultural

Podemos reafirmar lo que nuestro marco teórico argumente de manera conceptual en la práctica cotidiana vamos a reafirmar lo que dice Polanco en el artículo "Identidad Cultural y Comunicación" la cultura es Humanista, busca una apreciación racional de las personas y resalta la naturaleza Humana.

En este concepto y línea de pensamiento podemos ver la nula practica respecto a las políticas públicas de Huanchaco que no promueven la identidad cultural en lo que respecta al Cerro Campana, pues en nuestro cuestionario para medir el uso de estrategias de sensibilización en defensa al cerro campana en la pregunta

1. ¿En tu balneario se realizan actividades artísticas o culturales relacionadas con el cuidado del Cerro Campana?

En la presente tabla se puede observar que de los 60 pescadores ancestrales que participaron en la encuesta. Para esta pregunta referente a si ¿En tu balneario se realizan actividades artísticas o culturales relacionadas con el cuidado del Cerro Campana? El 83% de ellos respondieron que nunca. Mientras que el 7% afirma que casi nunca. Seguido de un 5% quienes afirman que siempre. No obstante, el dos de ellos indicaron que casi siempre sumando un 3%. Finalmente, una persona indicó que a veces sumando un 2%.

Es decir, las políticas públicas para sostener la identidad cultural de este pueblo milenario son casi nulas, pese a esta coyuntura un 5% de los encuestados afirman tener algún conocimiento sobre este patrimonio cultural.

Seguimos con Polanco aquí podemos reafirmar este concepto dice

Polanco (1996) redujo el concepto cultural heredado a una teoría humanista que debe promoverse mediante la difusión y el disfrute selectivo de los productos culturales, y lo redujo a un concepto folclórico que nos recuerda la restauración de la práctica. En el pasado, nuestras raíces.

Este concepto fundamenta que es posible asimilar la identidad cultural a través de productos culturales que en este caso citaremos al título de la presente investigación "Cortometraje Querrotumy y la Montaña Sagrada como herramienta

comunicación de sensibilización en el cuidado del patrimonio del cerro campana para los pescadores ancestrales de Huanchaco”.

Resulta que en el cuestionario para medir la percepción de los pescadores ancestrales que vieron el documental vemos con satisfacción que todo nuestro esfuerzo no fue en vano la percepción es contundente con la estadística, pues en la pregunta 5 respecto al nivel de percepción luego de ver el documental podemos afirmar que nuestro producto cultural si consolida nuestra identidad cultural en la cultura viva de Huanchaco

2. ¿Considera usted que el contenido del video Querrotumy y la montaña sagrada muestra la riqueza natural del Cerro Campana?

Este cuadro sigue mostrando una tendencia imperante en la importancia del cerro campana para la cultura viva de Huanchaco, el 100% de encuestados considera que el audiovisual destaca la riqueza cultural y natural del cerro campana.

En tal sentido, podemos reafirmar el concepto Humanista de Polanco que afirma que a través de productos culturales se puede reafirmar la identidad cultural, en este caso, en particular con un producto audiovisual estamos marcando este relacionamiento entre la cultura viva de Huanchaco y el cerro campana de manera positiva, podemos entonces fundamentar que un audiovisual puede sostener trascendentalmente la identidad cultural en una comunidad, en este proceso.

Sentido de pertenencia

Seguimos fundamentando y contrastando nuestros conceptos con los resultados estadísticos y podemos afirmar si no acuñamos la identidad cultural no podremos tener un sentido de pertenencia pleno y enmarcado dentro de nuestra sociedad es adversa nuestra realidad , pues, para el común denominador más aún en esta etapa de pandemia , las políticas públicas giran a otros entornos menos trascendentales , teniendo en cuenta que como mencionamos en nuestra

introducción el ser humano viene viviendo un panorama difícil en el plano medioambiental y de subsistencia con el medio ambiente.

Para el sociólogo Giménez (2005), la teoría de la identidad es parte de los actores sociales, que forma y consolida la interacción e interacción entre las personas. La percepción colectiva de "nosotros". Oportuna (dentro del grupo), más que "otros" (fuera del grupo), basado en el conocimiento (propio y del sexo opuesto) de características, marcas y características comunes (también used como logotipos o signos), y la memoria colectiva común", (Pág. 90). Ello quiere decir, que la identidad existe en función al auto reconocimiento y auto afirmación por parte del actor social (individuo) permitiendo el reconocimiento o asignación exterior de una colectividad (grupo social). Además, la identidad es un concepto básico de las ciencias sociales y el lenguaje de la vida cotidiana. Terrén (2001) Un lenguaje que construye significados y expresa al individuo como actor social, dándole sentido de pertenencia.

Y nos es para menos en Huanchaco nuestro cuestionario para medir el uso de estrategias de sensibilización en defensa al cerro campana en este caso vamos a mencionar la pregunta 16 y 17 en dónde los conceptos de Terrén sobre el sentido de pertenencia no se consolidan por la falta de estrategias sociales, que al no ejecutarse disminuyen aún más el sentido de pertenencia ¿En tu balneario se enseña sobre la importancia de flora y fauna del Cerro Campana? En la presente tabla se puede observar que de los 60 pescadores ancestrales que participaron en la encuesta. Para esta pregunta referente a si ¿En tu balneario se enseña sobre la importancia de flora y fauna del Cerro Campana? El 42% de las personas encuestadas marcaron nunca, seguido con un 22% que respondieron casi nunca, el 20% indicó a veces, mientras el 13% manifestaron casi siempre y finalmente el 3% señalaron siempre. ¿En tu balneario se enseña sobre la herencia cultural Cerro Campana? Referente a esta pregunta, ¿En tu balneario se enseña sobre la herencia cultural Cerro Campana? El 50% de ellos afirmó que nunca seguido de un 20% que respondieron casi nunca. De otro lado, un 13% contestó que casi siempre. No obstante, el 12% de ellos respondieron a veces y un 5% manifestó que siempre.

Evidentemente, podemos seguir afirmando que la falta del sosten de políticas públicas para la defensa del patrimonio del cerro campana son casi nulas y no afianzan un sentido de pertenencia adecuado que debería tener este Santuario tan importante como es el Cerro Campana.

Maslow (1991) dijo que el sentido de pertenencia es una necesidad social de las personas; coloca esta necesidad en el centro del nivel de necesidad: la pirámide de Maslow, mientras que las ciencias sociales exploran la relación con el grupo social: familia, grupo o lugar. relación. Para ello, mencionó, “Creo que el rápido aumento de los grandes grupos de formación (grupos F), grupos de crecimiento personal y asociaciones establecidas puede deberse en parte a este deseo insatisfecho de contacto, intimidad y pertenencia” (Página 29). En este sentido, el autor destaca la importancia y la necesidad de pertenencia para la afiliación e identificación a un contexto específico germinando una reacción positiva a nivel socio-psicológico, emocional y físico.

“Si se satisfacen bien las necesidades físicas y de seguridad, emergerán las necesidades de amor, afecto y pertenencia, y todo el ciclo que se ha descrito se repetirá en este nuevo centro” (Maslow, 1991, p. 28).

Es preciso destacar que las distintas teorías acerca del sentido de pertenencia concuerdan de forma conceptual, la mayoría destacan aspectos relacionados al afecto, emociones, memoria e identificación a un grupo o espacio específico donde interactúan. En este sentido respecto al nivel de percepción luego de ver el documental podemos destacar la pregunta 3 y 4 que afianzan estadísticamente nuestra herramienta comunicacional para la defensa del patrimonio: ¿Se sintió usted identificado (a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video Querrotumy y la montaña sagrada? Este cuadro no sólo es una estadística más bien confirma un objetivo de la presente investigación que busca el relacionamiento de la cultura viva con el cerro campana el 100% siente identificado con este personaje. Es decir, los 60 pescadores ancestrales. ¿Se ha sentido emocionado al ver el video Querrotumy y la montaña sagrada? Este aspecto técnico es trascendental para la investigación ya que el 100% se ha sentido emocionado al ver el video de Querrotumy y Montaña Sagrada. En este relacionamiento afianzamos el sentido

de pertenencia con nuestra herramienta comunicacional, ya que, todos los encuestados muestran emociones positivas que inician los cimientos para el sentido de pertenencia.

Representatividad y simbolismo

Representatividad y simbolismo conceptos trascendentales que queremos llegar con nuestro objetivo central que es la preservación del medioambiente en el cerro campana con la defensa de la cultura viva sobre este su entorno

En este aspecto Lacolla afirma lo siguiente:

Lacolla (2005) Dijo que la representación social (RS) se asume como un sujeto sistemático, que da sentido a los hechos y forma ideas prácticas para su sociedad, material y entorno ideal. También considera las condiciones del entorno (economía, sociedad, historia, sistemas de creencias y valores), que expresa ((información, imágenes, opiniones, actitudes, etc.), funciones de comunicación e interacción social y otras.

En este sentido vamos a validar estadísticamente sus afirmaciones y vamos a citar en nuestro cuestionario para medir el uso de estrategias de sensibilización en defensa al cerro campana en la pregunta 3 y 4

3. ¿En tu balneario se realizan exposiciones de artesanías, pinturas, relacionadas con el Cerro Campana?

Como podemos apreciar, de los 60 pescadores ancestrales encuestados, en la pregunta ¿En tu balneario se realizan exposiciones de artesanías, pinturas, relacionadas con el Cerro Campana? El 35% de ellos respondieron que nunca. Mientras que el 23% afirmaron que casi nunca. Mientras que el 3% respondió que casi siempre seguido de un 10% que indicó que a veces y finalmente un 5% afirmó que siempre.

4. ¿En tu balneario se desarrolla cine sobre temática cultural local? Referente a la pregunta ¿En tu balneario se desarrolla cine sobre temática cultural local? Los pescadores ancestrales afirmaron que el 33% nunca seguido de un 25% que afirmó que a veces. De igual manera, un 17% de ellos manifestó que casi nunca.

Por otro lado, el 13% de los pescadores ancestrales respondieron que casi siempre frente a un 12% que afirmaron que siempre.

Evidentemente, las estadísticas muestran muy escasa producción de actividades para la protección del cerro campana más aún en la producción cinematográfica para con este objetivo.

Cuando un símbolo es simbólico, el simbolismo se manifiesta: cuando representa y tiene la capacidad de conectar o unir personas o grupos entre cosas, Barbeta (2015). Desde esta perspectiva, se puede entender que la simbolización es una evolución, en la que, bajo la intervención del deseo sexual, la cognición-emoción y la cultura social, el símbolo y el universo simbólico forman un entorno simbiótico a nivel individual y grupal; en Además, también explica que el ser humano tenga la capacidad de simbolizar a través de la interacción social. Además, para armonizar las representaciones con los símbolos sociales, es necesario considerar las formas de adquirir, comunicar, crear, difundir y reproducir el conocimiento, así como los signos y formas armoniosas.

V. CONCLUSIONES:

- 1 Podemos llegar a la conclusión, mediante nuestras herramientas estadísticas que en Huanchaco balneario existe gran desconocimiento por parte de sus pobladores del potencial turístico y cultural del cerro campana, hasta la misma cultura viva, cuyos ancestros peregrinaron al Apu campana. Mediante este esfuerzo académico humanístico estamos buscando su empoderamiento con este Monumento, pues, por razones de la pesca y la nueva vertiente del colonialismo con la religión católica, desde inicios del siglo XX la cultura vive pescadores vino perdiendo el contacto con el Apu.
- 2 Así mismo, podemos incidir , no sólo, en la falta de civismo por la cultura ancestral y la memoria colectiva del cerro campana, existe falta de espacios públicos para afianzar la cultura, no existe un museo u centros culturales públicos, es bien escasa el avance de arte y cultura en zonas u estructuras diseñadas para este objetivo, algunos artesanos de totora se unen y hacen un esfuerzo colectivo por mantenerse en un comercio ambulatorio y de ferias, pero por la parte estatal no existe infraestructura ni festival u otra actividad pública. Algunos esfuerzos en el museo de sitio de Chan Chan, pero son insuficientes. Incluso la Asociación de pescadores Ancestrales no cuenta con local institucional por una falta de prioridad por parte de autoridades, actualmente, el poder judicial no realiza la orden de lanzamiento de los inquilinos precarios que ocupan su predio.
- 3 De igual forma las autoridades competentes locales no hacen ninguna tarea efectiva por preservar la identidad cultural del cerro campana, no existe trabajo de la comuna en la preservación del medio ambiente y la riqueza cultural del cerro campana, por parte del Consejo municipal de Huanchaco , Municipalidad provincial y Gobierno regional, llegamos a la conclusión luego de validar las entrevistas a funcionarios públicos que nos confirman la falta de proyectos desarrollados en favor del cerro campana y su cultura viva.
- 4 De igual forma podemos reafirmar que el relacionamiento que venimos afianzando con la cultura viva de Huanchaco, genera una emoción de pertenencia a la denominada Montaña Muchic, en efecto, el autóctono al ver el cortometraje muestra emociones positivas, incluso, manifiestan el hecho

de querer conocer la zona, esta evolución, es muy gratificante ya que el empoderamiento de la cultura viva para con el Apu va generar un impacto mundial para salvaguardar la última montaña Muchic.

5. Podemos concluir que si bien el cortometraje Querrotumy y la montaña Sagrada si cumple motivacionalmente el sentimiento de pertenencia del patrimonio cultural es importante hacer un relanzamiento más holístico con un plan comunicacional estructurado de manera profunda, en dónde, se incorporen muchas más artes, como crear un evento hacia la zona.
6. Asimismo, detallamos que el sentimiento de pertenencia de la cultura viva del cerro campana partiendo de la inmolación de su último general Chimú es un punto de partida de suma trascendencia para la protección y sentido de pertenencia de la comunidad local punto de influencia de la Montaña Sagrada Mochica Chimú y que se quedará grabada por siempre en el presente Cortometraje materia de la investigación.
7. Asimismo, podemos concluir que las instituciones que se encuentran al mando del Área de conservación Privada Lomas Del Cerro Campana, Asociación de Rescate Apu Campana no hacen un trabajo comunicativo eficaz, debido a la falta de profesionales de la comunicación en ambos gremios.

VI. RECOMENDACIONES:

- 1 Es de vital importancia para que exista una preservación completa de este monumento considerado por nosotros como un santuario natural, que se consolide un relacionamiento contundente por parte de la cultura viva de Huanchaco para con el apu campana, para ello, vamos a recomendar crear un vínculo a través de un plan estratégico comunicacional, en donde, se cree no sólo un trabajo audiovisual que sea testigo la cultura viva y público en general, más bien visitas guiadas al monumento y un evento en dónde se rememore la Montaña Mochica Chimú sería penetrante para que la cultura viva vuelva hacia sus ancestros en el apu campana, de tal manera que este vínculo ancestral perdido al ser fortalecido , mediáticamente fortalecerá el santuario.
- 2 De igual forma recomendamos un relanzamiento del Cortometraje Querrotumy y la montaña Sagrada, en el cual, se pueda presentar en plataformas digitales y en un cine comunitario en nuestra zona de influencia y porque no en Trujillo y todo el país.
- 3 En este plan estratégico se buscará un trabajo coordinado entre la sociedad civil y las entidades públicas para crear una ruta turística al cerro campana y se pueda de manera normativa concluir iniciativas que aún no delimitan por completo toda la zona de reserva, pues como ya reiteramos existe una zona colindante de la ACP que debe pertenecer a la zona de reserva.
- 4 Es de suma trascendencia la participación de profesionales de la comunicación en las entidades que están manejando ACP y se puedan generar estrategias sólidas en beneficio de la reserva del Cerro Campana.
- 5 El apoyo internacional para desarrollar proyectos en defensa del cerro campana tienen que ser focalizadas y llevadas por las mismas instituciones rectoras que deben apuntar a esa ruta que es posible conseguirla mediante un plan estratégico.

VII. REFERENCIAS

- Arce, J & Knopoff, M (2017, p. 144) *Taller de Producción Audiovisual, Chile, Universidad Nacional de LaPlata*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 2017: Dirección de Cuadernos de Cátedra /Secretaría de Asuntos Académicos.
- Abadia, J & Diez, F. (2015) *Manual básico del lenguaje y Narrativa Audiovisual*, Madrid, Editorial Paidós.
- Aumont .Bergala ,Marie & Vernet, (2008) *Estética del Cine, Espacio Fílmico, montaje, narración, lenguaje*, Barcelona, España, 3era edición : Editorial Paidós Ibérica, S.A.
- Astudillo, W & Mendieta , C. (2007 de Junio 25) *El cine como instrumento para una mejor comprensión humana*, Artículo Universitario Web [Online] Scribd , Recuperado en:
<https://es.scribd.com/document/427741839/El-Cine-Como-Instrumento-Para-Una-MejorComprension-Humana>
- Arnheim, R (2002) *Arte y percepción visual*, Madrid , España ,Editorial Alianza S.A , Recuperado :
<https://es.scribd.com/document/393823631/Arnheim-Rudolf-Arte-y-percepcion-visual-pdf>
- Almeda, C (2005) *Cultura, Identidad y región en Cuzco y Apurímac*, Lima, Perú: Editorial: Gráfica Vulcano S.A.
- Adrenalina. D (2014) *Identidad en La Arquitectura*. Portal web .[Online] ADR Networks Recuperado el 02/08/2019 :
<http://adrenalinaradio.com/2014/03/3349/>
- Alarcon & Aguirre (2007) *El cine como instrumento para una mejor comprensión humana*. Revista web[Online] Centro de Salud de Astigarraga. Recuperado de:
<http://revistamedicinacine.usal.es/es/volumenes/80-vol4/num319/170-el-cine-como-instrumentopara-una-mejor-comprension-humana>
- Barbeta Viñas, Marc (2015). *El símbolo da qué pensar: esbozo para una teoría psicosociológica del simbolismo*. Perspectiva cognitivo-afectiva, discurso e interpretación. Sociológica, 30(85),163-196. Blanco, D (2018) *Semiótica del texto fílmico*, Lima, Perú: Fondo editorial
- Bedoya, R. (2016) *El cine sonoro en el Perú*, Lima, Perú, Fondo editorial Universidad de Lima.
- Bedoya, R (2017) *El cine peruano en tiempos digitales*, Lima, Perú, Fondo editorial Universidad de Lima. Bourdieu, P (1996) *La identidad y la representación. Elementos para una reflexión crítica sobre la idea de región (Segunda de dos partes) , Vol 3 , Revista web [Online] Ciencias Humanas de la Conducta , Recuperado en:*
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5139928>
- Botey, Mariana. *Zonas de disturbio*. Espectros del México indígena en la modernidad. México: Siglo XXI Editores: UNAM, Instituto de

Investigaciones Estéticas: Dirección General de Artes Visuales:
Universidad Autónoma Metropolitana: Palabra de Clío, 2014.

Callo, O (1999) *Historia y proceso de la identidad de Perú El proceso político-social y la creación del Estado*, Artículo web [Online] , Pontificia Universidad Católica del Perú . Recuperado de :

<https://idus.us.es/handle/11441/45824>

Cisneros, A. (1999). *Interaccionismo simbólico, un pragmatismo acrítico en el terreno de los movimientos sociales*. Sociológica, 14(41),104-126. [fecha de Consulta 03 /03 /2020]. ISSN: 0187-0173. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3050/305026706001>

Enrique Barra (1998) *Psicología Social*, Concepción, Chile, Editorial Universidad de Concepción,

Recuperado:https://www.researchgate.net/publication/330145545_P_S_I_C_O_L_O_G_I_A_S_O_C_I_A_L Barra 1998

Fuentes, C. (2000): *Lingüística pragmática y Análisis del discurso*. Madrid, España, Editorial Arco/Libros. Feres, J (2008) *Cohesión Social en América Latina*, Santiago de Chile, Chile, Editorial Naciones Unidas CEPAL.

Fuller, N (2002) *Interculturalidad y Política: Desafíos y posibilidades*, 1ª edición: mayo 2002, Lima, Perú, Edición de Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.

García, E & Osuna, R (2014) *Fundamentos de fotografía digital* , España, Libro digital [Online]. Recuperado 12/05/2020: <https://espanol.free-ebooks.net/ebook/Fundamentos-de-Fotografia-Digital>.

García Conto, J. D. (2011). “*Manual de Semiótica: Semiótica narrativa, con aplicaciones de análisis en comunicaciones*”. Instituto de Investigación Científica Universidad de Lima. Recuperado en línea:

<https://semioticaperuana.files.wordpress.com/2012/06/manual-semiotica-2011-final.pdf>

Getino, O (1998). *Cine y Televisión en América Latina Producción y Mercados*. Chile. Ediciones CICCUS.

García, J. (2011) *Manual de Semiótica: Semiótica narrativa, con aplicaciones de análisis en comunicaciones*, Lima, Perú: Instituto de Investigación Científica Universidad de Lima.

Godoy, M (2013) *El giro en el nuevo documento Peruano*, Revista Universitario Web [Online] Pontificia Universidad Católica del Perú, Recuperado en junio (2020)

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/conexion/article/view/20221/20178>

- González Prada, M. (1975). *Horas de Lucha*. Lima: Peisa.
- García, P (2020) Los hermanos Lumiere y el nacimiento del Cine, Artículo Web [Online] , Historia National
- Geographic, Recuperado en :
https://historia.nationalgeographic.com.es/a/hermanos-lumiere-y-nacimiento-cine_12264
- García, G & López, G. (2017) *Luces y sombras de la identificación social en las unidades de seguridad y defensa*”, Revista de Estudios en Seguridad Internacional, Vol. 3, No. 2, pp. 241-260. Recuperado en:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6429173>
- García, A (2008 de 12 noviembre) *La influencia de la cultura y las identidades en las relaciones interculturales*. Revista de Temas Sociales, Volumen N° 22. Recuperado en:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2777529>
- García Jiménez, (1994, p .35) *Narrativa Audiovisual*, España: Ed. CATEDRA.
- Giménez, G. (2005) *Teoría y análisis de la cultura*, Ciudad de México, México. Editorial Repositorio, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, recuperado en: <http://ru.iis.sociales.unam.mx/jspui/handle/IIS/5035>
- Herner, M. (2010) *La teoría de las representaciones sociales: un acercamiento desde la geografía* , Volumen 7, Instituto de Geografía-Facultad de Ciencias Humanas – UNLPam ,Artículo web [Online], Recuperado en :
<http://www.biblioteca.unlpam.edu.ar/pubpdf/huellas/n14a08herner.pdf>
- Huerta, A (2017 de Diciembre 4) *El sentido de pertenencia y la identidad como determinante de la conducta, una perspectiva desde el pensamiento complejo*, Volumen 9, Revista web [Online] Red de Investigadores Educativos Rediech, Recuperado en:
https://www.rediech.org/ojs/2017/index.php/ie_rie_rediech/article/view/77/155
- Infoartes (2014) *Cine documental*. Artículo Web [Online], Infoartes.pe , Recuperado: <https://www.infoartes.pe/cine-documental/> Josch, A. (2007), Elementos básicos de una imagen fotográfica y breve historia de la fotografía chilena.
- Jablonska, A. (2007). *Identidades en redefinición: Los procesos interculturales en el Cine mexicano contemporáneo*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, XIII(26),47-76.[fecha de Consulta 29 de Mayo de 2020]. ISSN: 1405-2210. Recuperado en:
<https://www.redalyc.org/pdf/316/31602604.pdf>
- Jenaro Talens (1980) *Elementos Para Una Semiótica Del Texto Artístico*, Segunda edición, Madrid, España: Editorial Catedra, S.A.

- Jiménez, F. (2006) *Psicología de las relaciones de autoridad y de poder*, Barcelona, España: Editorial Eureka Media, SL.
- Jodelet, D. (1988) *Psicología Social II* (Cap. 13 La representación social. Fenómenos, concepto y teoría, Artículo Académico Web [Online] Scribd, Recuperado en :<https://es.scribd.com/doc/303750720/Moscovici-S-Psicologia-Social-II-Cap-13-La-representacionsocial-Fenomenos-concepto-y-teoria-Jodelet-D>
- Kodak (2010) p159, *Estructura de la película*, Libro digital [Online] Kodak Company: Recuperado 10/04/2020 : https://www.kodak.com/uploadedfiles/motion/EssentialRefGuide_es.pdf Editorial Paidós Ibérica.
- Larraín, J. (2005) *¿América Latina Moderna? Globalización e Identidad, Santiago de Chile*, Chile: Editorial LOM.
- Larraín, J (2010) *La identidad latinoamericana: Teoría e Historia*, Artículo web [Online] CEP. Centro de Estudios Públicos, Recuperado 10 /04/2020: https://www.cepchile.cl/cep/site/artic/20160303/asocfile/20160303184906/rev55_larrain.pdf
- Lacolla, L. (2005) *Representaciones sociales: una manera de entender las ideas de nuestros alumnos*. En: Revista ierRed: Revista Electrónica de la Red de Investigación Educativa Web [Online]. Vol.1, No.3 (Julio-diciembre de 2005). Recuperado en: <http://revista.iered.org/v1n3/pdf/llacolla.pdf>
- Lloréns, J. (2002). *Etnicidad y censos: los conceptos básicos y sus aplicaciones*. Bulletin de l'Institut français d'études andines, 31(3),655-680. [fecha de Consulta 29 de mayo de 2020]. ISSN: 0303-7495. Recuperado en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=126/12631308>
- Maslow, A (1991) *Motivación y Personalidad*, Madrid, España, Ediciones Díaz de Santos, S. A
- Moreno (2012) *Psicología de la Personalidad*, Madrid, España , Artículo web [Online], UNED , Universidad Nacional de Educaciones a Distancia Recuperado en : <https://books.google.com.pe/books?id=dMsizzGLqB0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Maalouf, A. (2009) *Identidades asesinas*, Paris, Francia: Alianza Editorial.
- Molano L (2007, p.73) *Revista Identidad cultural un concepto que evoluciona. Colombia*. Revista web[Online] Revista Opera. Recuperado de: revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/download/1187/1126

- Marin ,Baptiste & Andrade (2012 – 2016) *Comunicación Biodiversidad* , Bogotá, Colombia: Laboratorio demComunicación/Cultura y Biodiversidad (2012-2016) . Recuperado en :
<https://es.scribd.com/document/393955028/Libro-Comunicacio-n-en-el-laberinto-de-la-biodiversidad>
- Maldonado, A. (2010). *El proceso de construcción de la identidad colectiva*. Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, 17(53),229-251. [fecha de Consulta 29 de mayo de 2020]. ISSN: 1405-1435. Recuperado en: <https://www.redalyc.org/pdf/105/10513135010.pdf>
- Matuslazo, C (2011) *Símbolos culturales*. Artículo web [Online] p. 1 El Nuevo diario. Recuperado en :
<https://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/92959-simbolos-culturales/>
- Mansilla, H. (2000) *El dilema de la identidad nacional y del desarrollo autóctono en una era de normas y metas universalistas*. Artículo web [Online]. Recuperado en:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5263884>
- Martínez, E (2011) *Hitchcock: imágenes entre líneas*, España. Universidad de Valencia.
- Martínez, A & Fernández, F (1999) *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*, Barcelona, España. Editorial Ediciones Paidós.
- Nueva Mirada (2001, p. 21), *Asociación, Unidad 2: Códigos del lenguaje audiovisual*, Ed. ANM, BuenosAires, Argentina.
- Nora, P. (1998) *La aventura de Les lieux de mémoire* , Revista web [Online] Dialnet, Recuperado en :
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=185011>
- Norma Martínez (2007) *Educación a distancia: Sociología – Modulo II*, Buenos Aires, Argentina, Departamento de Imprenta y Publicaciones de la UNRC.
- Oruna, L (1984) *La Historia y la elaboración de la identidad cultural, Primera edición*, Barcelona, España: Editorial Serbal, S.A
- Oommen, T. (1994) *Raza, etnicidad y clase: análisis de las interrelaciones*, Volumen 1, Revista webinternacional de ciencias sociales [Online], Recuperado en
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000096684_spa?posInSet=1&queryId=10874ae6-af71-4757-8fe2-4a7e09fcea08
- Olaya, R. (2016) *La danza y la música folclórica*. (Tesis Pregrado). Universidad del Tolima, Colombia. [Online] Recuperado de:
<http://repository.ut.edu.co/bitstream/001/1720/1/RICHARD%20ANDREY%20OLAYA%20LONGAS.pdf>

- Orduna, M (2012) *Identidad e identidades: Potencialidades para la cohesión social y territorial*, Barcelona, España, Volumen 5. Diputación de Barcelona (Oficina de Coordinación y Orientación del Programa URB-AL III)
- Pérez, L, (2008). *Redefinición del espectador cinematográfico en relación al audiovisual contemporáneo*. Barcelona, Artículo web [Online] Universitat Pompeu Fabra. Recuperado en:
<https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/5909/laurap%C3%A9rezpastor.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pastor, G (2016) *Estudio sobre la afirmación de la identidad nacional en el Perú*, Revista web [Online]. Congreso de la república del Perú. Recuperado de :
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/724B14F44EA54588052582BE00770AD7/\\$FILE/ART4-G-Pastor.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/724B14F44EA54588052582BE00770AD7/$FILE/ART4-G-Pastor.pdf)
- Puerta, S. (2015) *Cine y Nación: Negociación, construcción y representación identitaria en Colombia*, Medellín, Colombia: Editorial FCSH, Facultad de Ciencias Humanas y Humanas de la Universidad de Antioquia.
- Polanco, M. (1996) *Cultural identity and communication*, Londres, Reino Unido, Editores Cambridge Scholars Publishing, Recuperado en :<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000103984?posInSet=8&queryId=0603a79a-839e-43a5-85ce-3c83e17d0f6d>.
- Pérez, F. (2017 de febrero 16) *Cineastas latinoamericanos empuñan el arma de la cultura*. Artículo web [Online]. El Impulso , Recuperado 18/01/2020 :<http://www.elimpulso.com/noticias/actualidad/cineastas-latinoamericanos-empunan-arma-la-cultura>
- Restrepo, E (2004) *Teorías contemporáneas de la etnicidad*, Cali, Colombia: Editorial Universidad del Cauca 2004.
- Rizo, M (2006) *El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto*. Hacia un nuevo concepto de comunicación, Artículo Académico Web [Online] Universidad de Murcia, Recuperado en:
<https://www.um.es/tic/LECTURAS%20FCI-I/FCI-I%20Tema%205%20texto%20c%201.pdf>
- Rodríguez, F (2011) FOTOCINEMA, Revista web [Online]. Revista Científica de Cine y Fotografía ISSN 2172-0150 Nº 3 (2011), Recuperada: <http://www.revistafotocinema.com/index.php?journal=fotocinema>
- Rodríguez, D. (2000) *Impacto de las nuevas tecnologías sobre la cultura, educación y comunicación*. Artículo web [Online] monografías.com, Recuperado de:
<https://www.monografias.com/trabajos20/impacto/impacto.shtml>

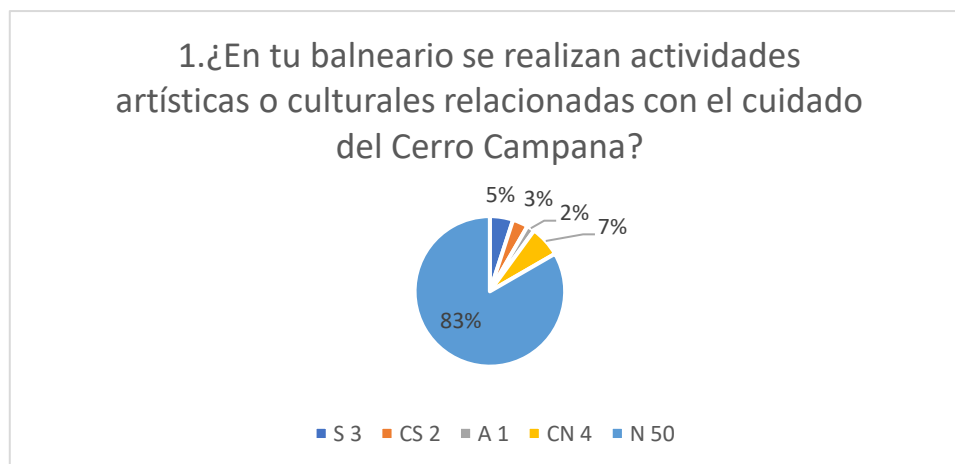
- Romeu, V. (2018) *El Fenómeno Comunicativo*, Ciudad de México, México, Editorial Nómada
- Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, Definición de Semiótico [versión en línea]. <https://dle.rae.es/semi%C3%B3tico#XY80twH> [20/04/2020]
- Ruiz, O. (2007) *El derecho a la identidad cultural de los pueblos indígenas y las minorías nacionales. Una mirada desde el sistema interamericano Bol. Mex. Der. Comp.* vol.40 no.118 México ene./abr. 2007
- TERRÉN, E. (2001) *El contacto intercultural en la escuela. Migraciones. Publicación Del Instituto Universitario De Estudios Sobre Migraciones*, (12). Recuperado en : <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistamigraciones/article/>
- El Comercio (2015) *Nota de prensa: Geoglifo de 600 años de antigüedad fue destruido por invasores.* <https://elcomercio.pe/peru/la-libertad/geoglifo-600-anosantigüedad-destruido-invasores-352654-noticia/?ref=ecr>
- Estado Peruano (2015). *Ministerio de Cultura. Nota de prensa.* URL: <https://www.gob.pe/institucion/cultura/noticias/48104-ministerio-de-culturaadopta-acciones-para-evitar-afectacion-de-zona-arqueologica-quebrada-santodomingo>
- Feldman, E. (1970). *Engaging Art as a Dialogue.* In G.Pappas (Ed.) *Concepts in Art and Education. An Anthology on current issues.* London: The Macmillan Company. Collier Macmillan Ltd.
- La República (2015) *La Libertad: Destruyen geoglifo de quebrada Santo Domingo.* Recuperado el 01 de octubre de 2017: <http://larepublica.pe/archivo/870153-lalibertad-destruyen-geoglifo-de-quebrada-santo-domingo>
- Langer, S. (1954). *Philosophy in a new key: A Study in the Symbolism of Rite, Reason and Art.* Mentor Books. The New American Library.
- Larco, R. (1942) *Los Mochicas.*: <https://www.museolarco.org/wp-content/uploads/2017/04/Los-Mochicas-1945.pdf>
- Maria Botey zonas de disturbio México Zonas de disturbio 2014 *"Destrucción del litoral Peruano"* Carlos Bocanegra 2013. El Programa de Desarrollo de Recursos de Comunicación de Organizaciones Sociales del Centro Nueva Tierra (DRC, 2002, p.14)
- Gasparin, 2005, p.55). La materialización de la cultura y la identidad (Torres, 2012), (Dragon, 2012).

ANEXOS

Anexo N° 1: Instrumento de recolección de datos Cuestionario para medir el Uso de Estrategias de Sensibilización en Defensa al Cerro Campana

1. ¿En tu balneario se realizan actividades artísticas o culturales relacionadas con el cuidado del Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	3	5%
CS	2	3%
A	1	2%
CN	4	7%
N	50	83%
Total	60	100%

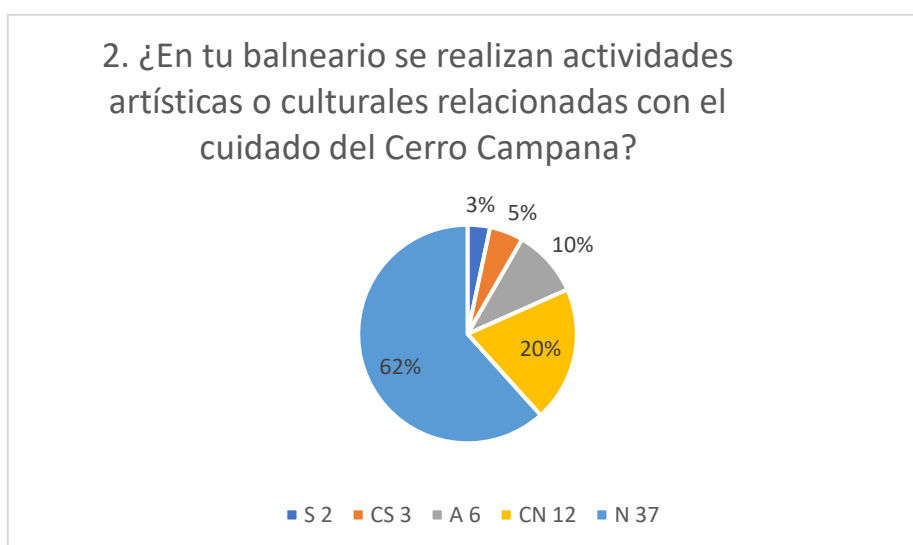


Fuente: Elaboración propia

En la presente tabla se puede observar que de los 60 pescadores ancestrales que participaron en la encuesta. Para esta pregunta referente a si ¿En tu balneario se realizan actividades artísticas o culturales relacionadas con el cuidado del Cerro Campana? El 83% de ellos respondieron que nunca. Mientras que el 7% afirma que casi nunca. Seguido de un 5% quienes afirman que siempre. No obstante, el dos de ellos indicaron que casi siempre sumando un 3%. Finalmente, una persona indicó que a veces sumando un 2%.

2. ¿En tu balneario se realizan actividades artísticas o culturales relacionadas con el cuidado del Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	2	3%
CS	3	5%
A	6	10%
CN	12	20%
N	37	62%
Total	60	100%



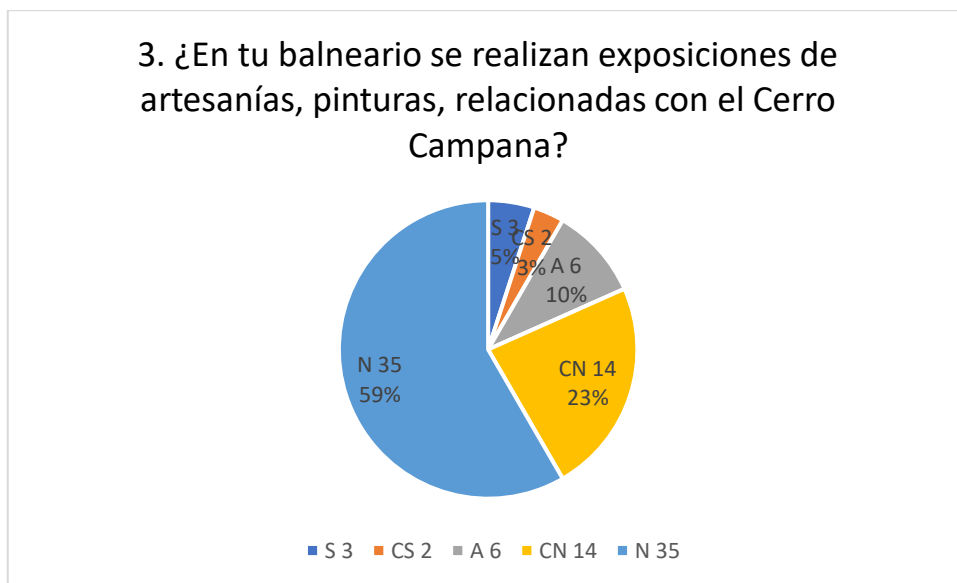
Fuente: Elaboración propia

En la presente tabla se puede observar que de los 60 pescadores ancestrales que participaron en la encuesta. Pare esta pregunta referente a si ¿En tu balneario se realizan actividades artísticas o culturales relacionadas con el cuidado del Cerro Campana?

El 62% de ellos respondieron que nunca. Mientras que el 20% afirma que casi nunca. Seguido de un 10% quienes afirman que a veces. Del mismo modo, el 5% indicaron que casi siempre. Finalmente, el 3% afirmaron que siempre.

3. ¿En tu balneario se realizan exposiciones de artesanías, pinturas, relacionadas con el Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	3	5%
CS	2	3%
A	6	10%
CN	14	23%
N	35	58%
Total	60	100%

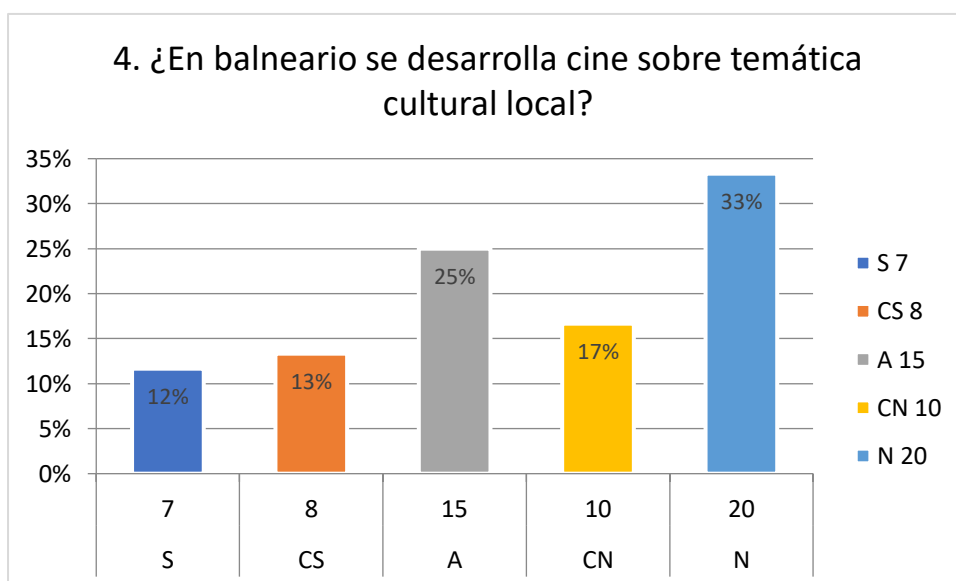


Fuente: Elaboración propia

Como podemos apreciar, de los 60 pescadores ancestrales encuestados, en la pregunta ¿En tu balneario se realizan exposiciones de artesanías, pinturas, relacionadas con el Cerro Campana? El 35% de ellos respondieron que nunca. Mientras que el 23% afirmaron que casi nunca. Mientras que el 3% respondió que casi siempre seguido de un 10% que indicó que a veces y finalmente un 5% afirmó que siempre.

4. ¿En tu balneario se desarrolla cine sobre temática cultural local?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	7	12%
CS	8	13%
A	15	25%
CN	10	17%
N	20	33%
Total	60	100%

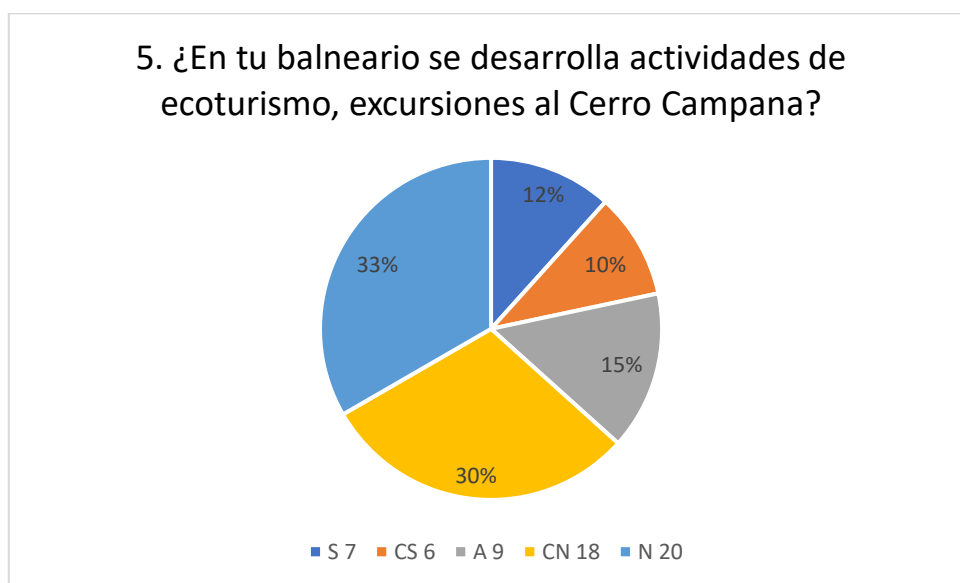


Fuente: Elaboración propia

Referente a la pregunta ¿En tu balneario se desarrolla cine sobre temática cultural local? Los pescadores ancestrales afirmaron que el 33% nunca seguido de un 25% que afirmó que a veces. De igual manera, un 17% de ellos manifestó que casi nunca. Por otro lado, el 13% de los pescadores ancestrales respondió que casi siempre frente a un 12% que afirmaron que siempre.

5. ¿En tu balneario se desarrolla actividades de ecoturismo, excursiones al Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	7	12%
CS	6	10%
A	9	15%
CN	18	30%
N	20	33%
Total	60	100%

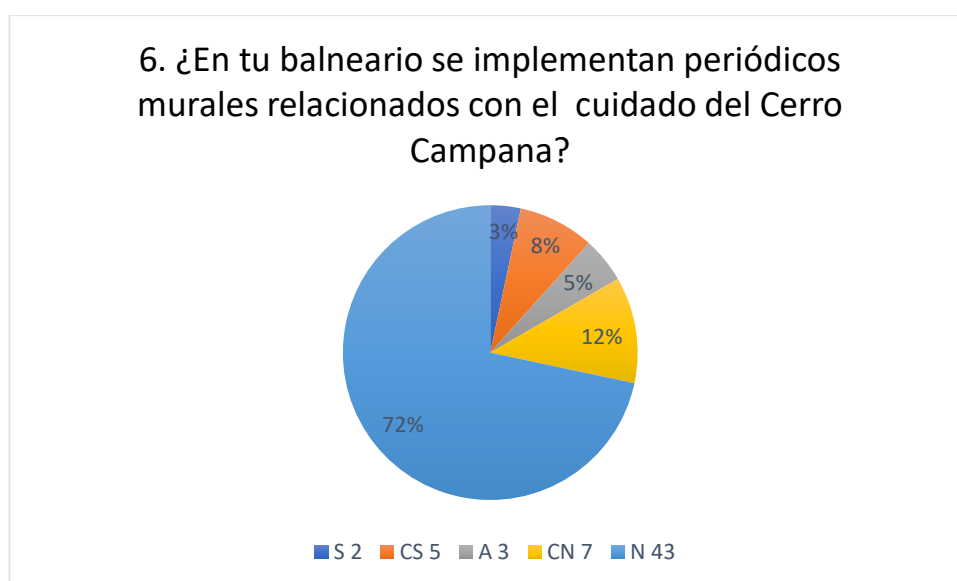


Fuente: Elaboración propia

De todos los encuestados, ante la pregunta ¿En tu balneario se desarrolla actividades de ecoturismo, excursiones al Cerro Campana? El 33% afirmó que nunca, 30% de ellos afirmaron que casi nunca. Un 15% que a veces. Respuestas que contradicen al 12% de ellos que respondió que siempre. No obstante, un 10% piensa que solo casi siempre.

6. ¿En tu balneario se implementan periódicos murales relacionados con el cuidado del Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	2	3%
CS	5	8%
A	3	5%
CN	7	12%
N	43	72%
Total	60	88%

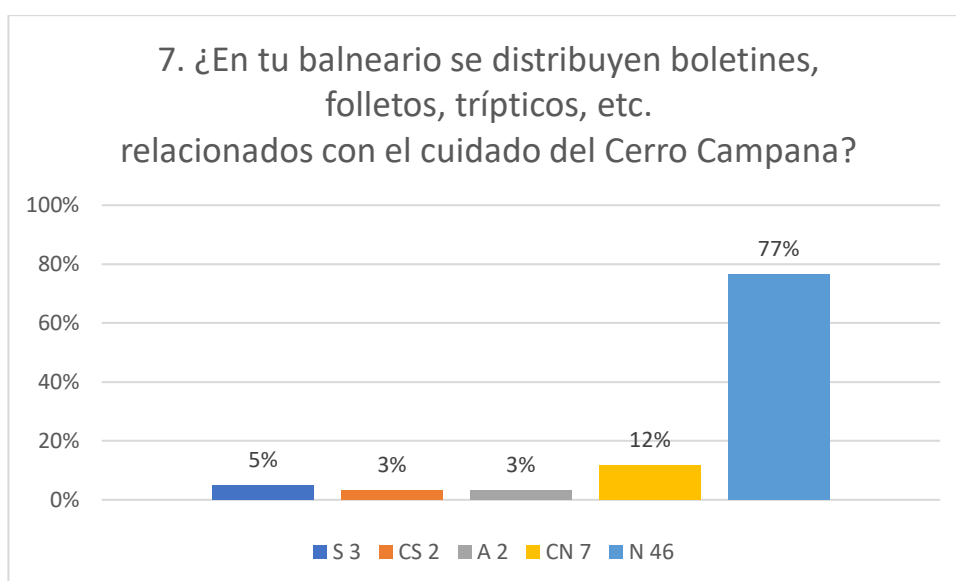


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la pregunta, ¿En tu balneario se implementan periódicos murales relacionados con el cuidado del Cerro Campana? De los 60 pescadores ancestrales el 72% afirmó que nunca, seguido de un 12% de casi nunca. Solo el 8% de ellos respondió que casi nunca frente a un 5% de los mismos quienes dicen que a veces. Finalmente, solo el 3% reconoció que es siempre.

7. ¿En tu balneario se distribuyen boletines, folletos, trípticos, etc. relacionados con el cuidado del Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	3	5%
CS	2	3%
A	2	3%
CN	7	12%
N	46	77%
Total	60	100%

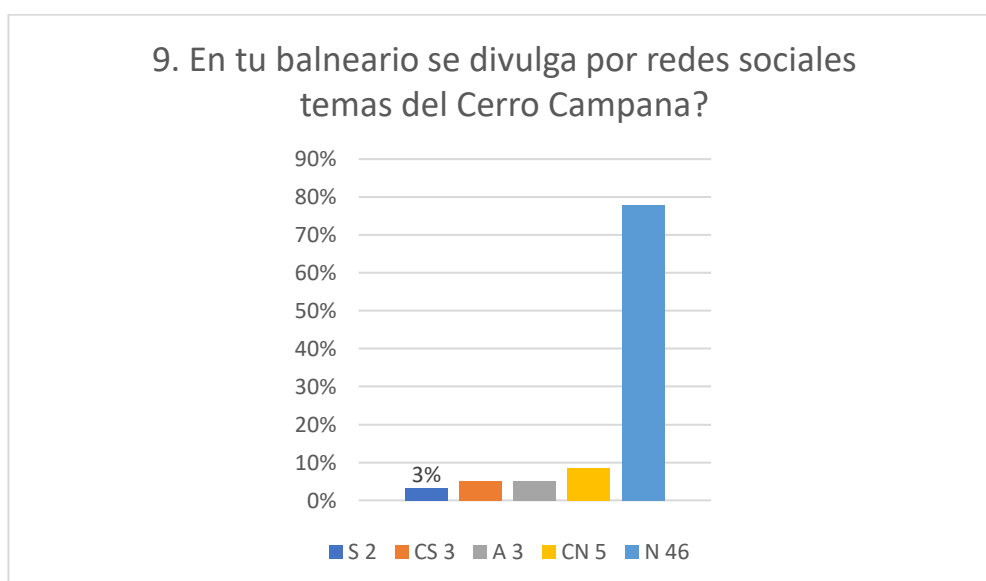


Fuente: Elaboración propia

Referente a esta pregunta, los pescadores ancestrales respondieron de la siguiente manera: El 77% de ellos afirmó que nunca seguido de un 12% que respondieron casi nunca. De otro lado, un 3% contestó que a veces. No obstante, el 3% de ellos respondieron que casi siempre y un 5% manifestó que siempre.

9. En tu balneario se divulga por redes sociales temas del Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	2	3%
CS	3	5%
A	3	5%
CN	5	8%
N	46	78%
Total	59	100%

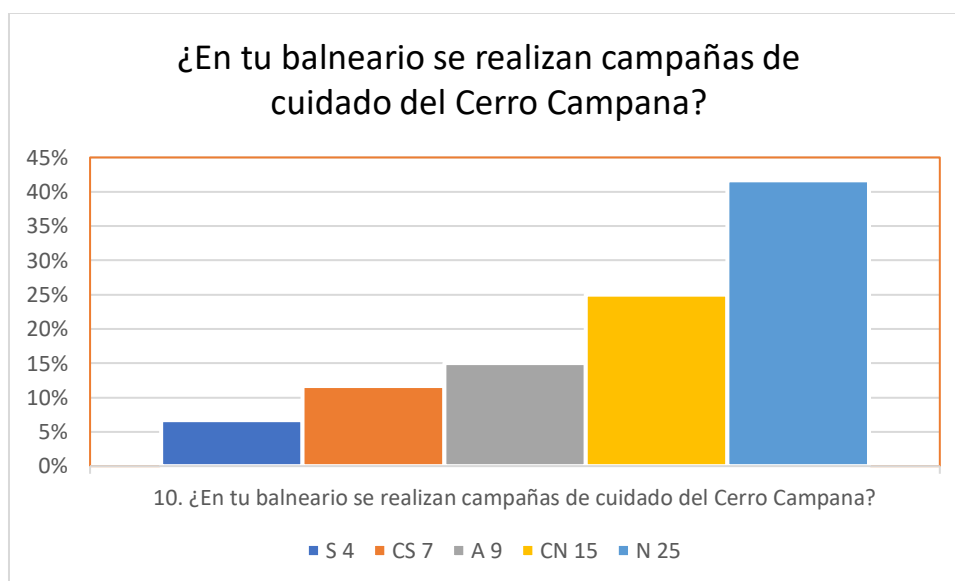


Fuente: Elaboración propia

De un total de 60 pescadores ancestrales, referente a la interrogante, ¿En tu balneario se divulga por redes sociales temas del Cerro Campana? el 78% respondió que nunca, el 8% que casi nunca. Asimismo, el 5% de ellos respondieron que a veces. De igual modo el 5% también coincidieron que casi siempre dejando a un únicamente un apenas 3% siempre.

10. ¿En tu balneario se realizan campañas de cuidado del Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	4	7%
CS	7	12%
A	9	15%
CN	15	25%
N	25	42%
Total	60	100%

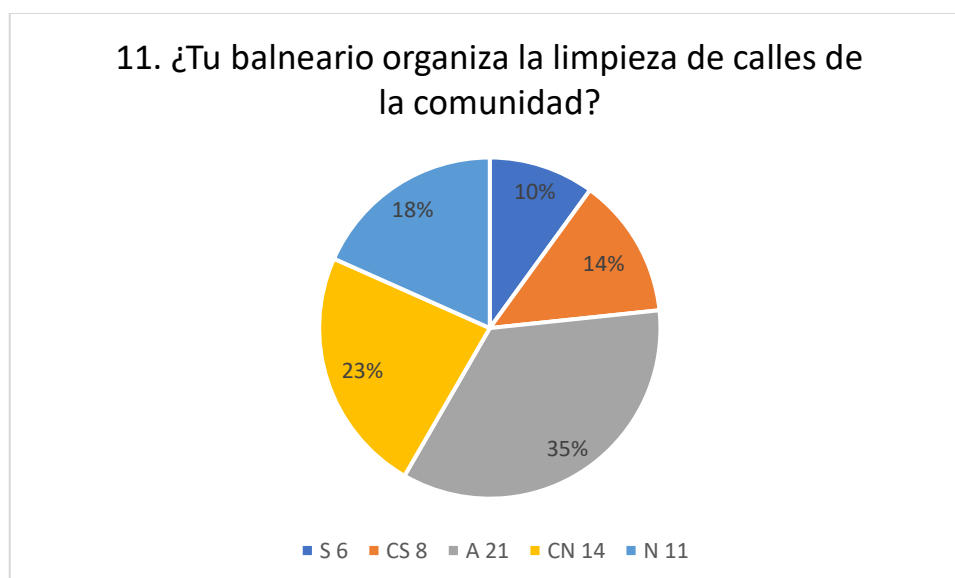


Fuente: Elaboración propia

En la presente tabla se puede observar que de los 60 pescadores ancestrales que participaron en la encuesta. Para esta pregunta referente a si ¿En tu balneario se realizan campañas de cuidado del Cerro Campana? El 42% respondieron que nunca, seguido del 25% en casi nunca, mientras el 15% indicaron que algunas a veces. De igual modo un 12% respondieron casi siempre y un 7% manifestó siempre.

11. ¿Tu balneario organiza la limpieza de calles de la comunidad?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	6	10%
CS	8	13%
A	21	35%
CN	14	23%
N	11	18%
Total	60	77%

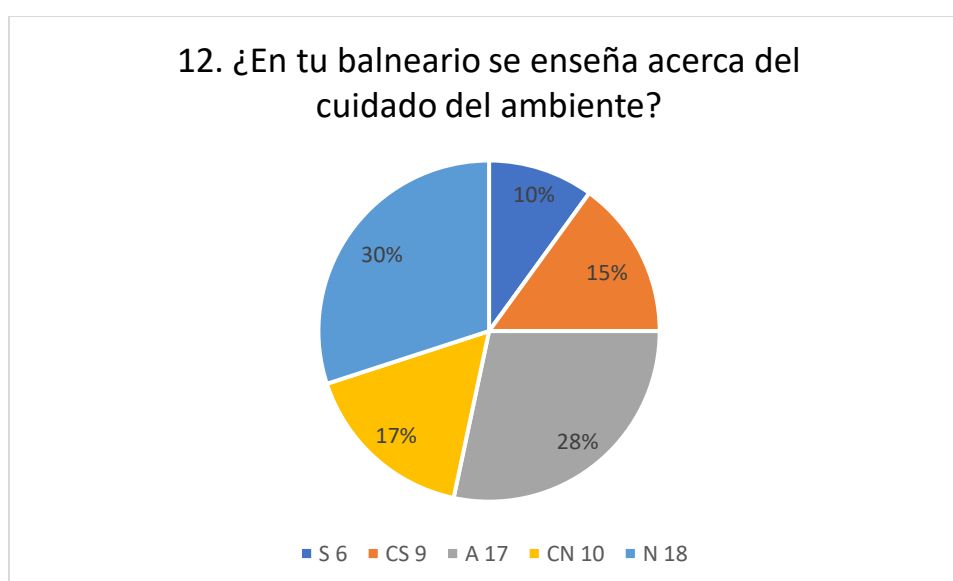


Fuente: Elaboración propia

De los 60 pescadores ancestrales que participaron en la encuesta. Pare esta pregunta referente a si ¿Tu balneario organiza la limpieza de calles de la comunidad? Con el 35% indicaron a veces, mientras el 23% marcaron casi nunca, seguido del 18% que manifestó nunca, mientras para el 14% fue casi siempre y el 10% siempre.

12. ¿En tu balneario se enseña acerca del cuidado del ambiente?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	6	10%
CS	9	15%
A	17	28%
CN	10	17%
N	18	30%
Total	60	75%

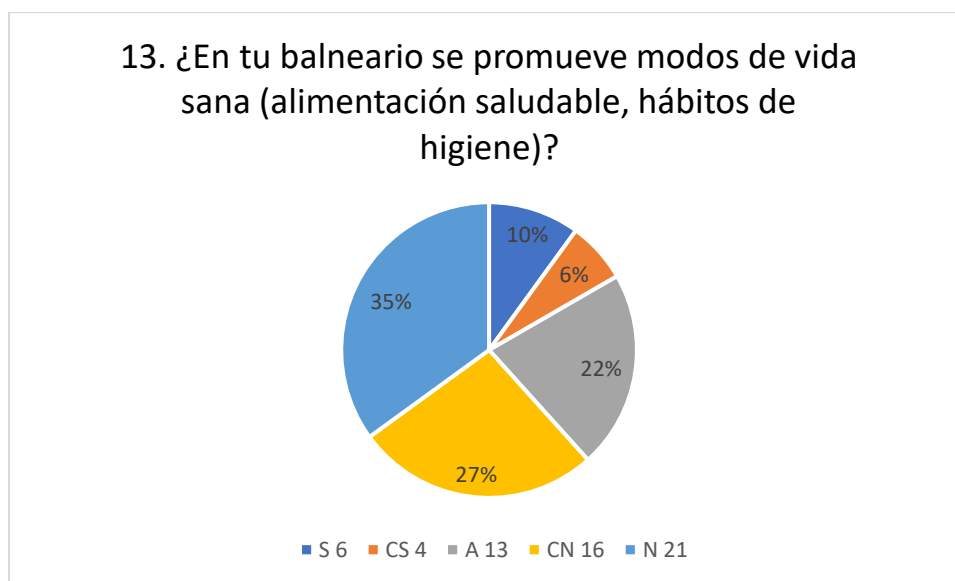


Fuente: Elaboración propia

En la presente tabla se puede observar que de los 60 pescadores ancestrales que participaron en la encuesta. Para esta pregunta referente a si ¿En tu balneario se enseña acerca del cuidado del ambiente? El 30% de las personas encuestadas marcaron nunca, seguido con un 28% que respondieron a veces, el 17% indicó casi nunca, mientras el 15% manifestaron casi siempre y finalmente el 10% señalaron siempre.

13. ¿En tu balneario se promueve modos de vida sana (alimentación saludable, hábitos de higiene)?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	6	10%
CS	4	7%
A	13	22%
CN	16	27%
N	21	35%
Total	60	83%

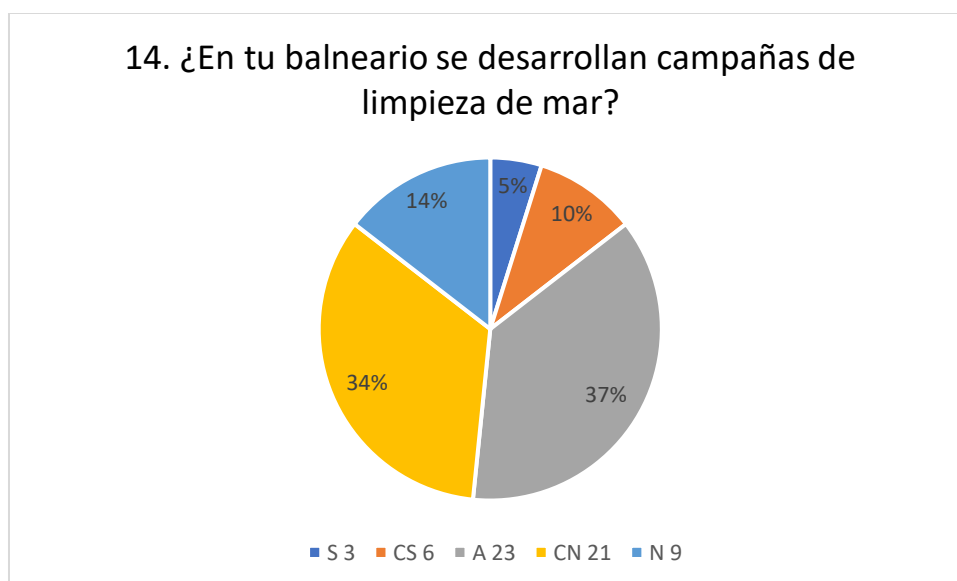


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la pregunta, ¿En tu balneario se promueve modos de vida sana (alimentación saludable, hábitos de higiene)? De los 60 pescadores ancestrales el 35% afirmó que nunca, seguido de un 27% de casi nunca. Mientras el 22% de ellos respondió a veces frente a un 10% de los mismos quienes dicen que siempre. Finalmente, solo el 6% reconoció que es casi siempre.

14. ¿En tu balneario se desarrollan campañas de limpieza de mar?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	3	5%
CS	6	10%
A	23	37%
CN	21	34%
N	9	15%
Total	62	85%

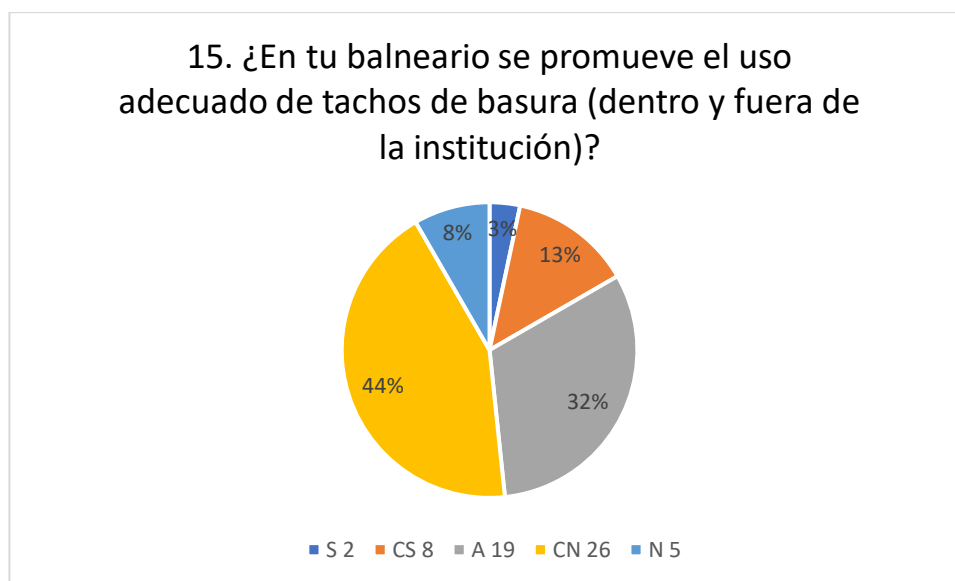


Fuente: Elaboración propia

Referente a esta pregunta, ¿En tu balneario se desarrollan campañas de limpieza de mar? El 37% de ellos afirmó que a veces seguido de un 34% que respondieron casi nunca. De otro lado, un 14% contestó nunca. No obstante, el 10% de ellos respondieron que casi siempre y un 5% manifestó que siempre.

15. ¿En tu balneario se promueve el uso adecuado de tachos de basura (dentro y fuera de la institución)?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	2	3%
CS	8	13%
A	19	32%
CN	26	43%
N	5	8%
Total	60	83%

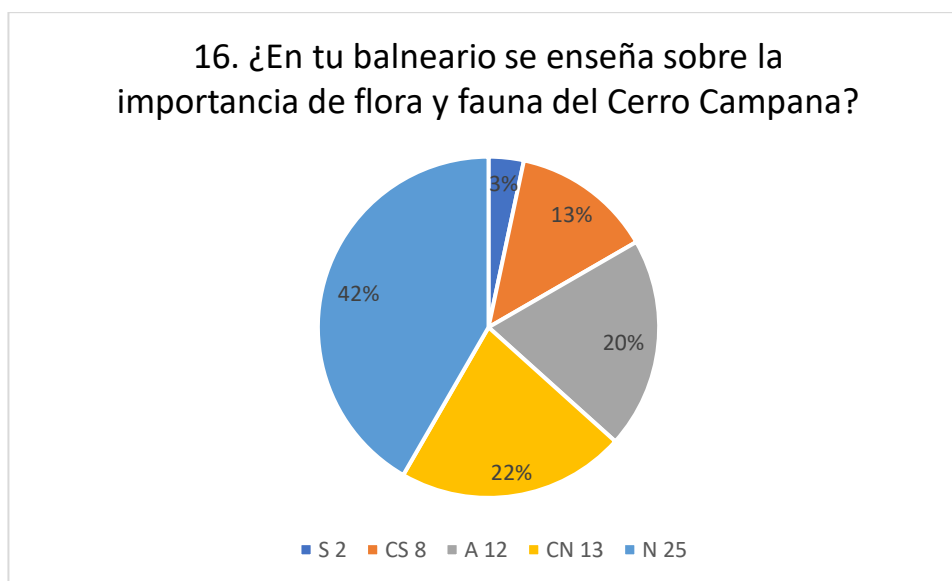


Fuente: Elaboración propia

De todos los encuestados, ante la pregunta ¿En tu balneario se promueve el uso adecuado de tachos de basura (dentro y fuera de la institución)? El 44% afirmó que casi nunca, 32% de ellos afirmaron a veces. Un 13% casi siempre. Respuestas que contradicen al 8% de ellos que respondió que nunca. No obstante, un 3% manifestaron siempre.

16. ¿En tu balneario se enseña sobre la importancia de flora y fauna del Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	2	3%
CS	8	13%
A	12	20%
CN	13	22%
N	25	42%
Total	60	83%

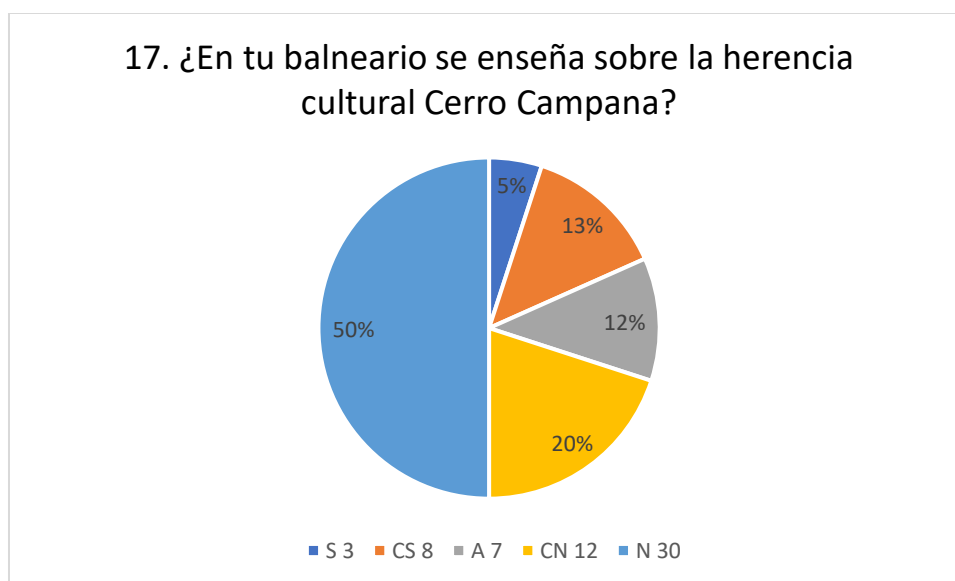


Fuente: Elaboración propia

En la presente tabla se puede observar que de los 60 pescadores ancestrales que participaron en la encuesta. Para esta pregunta referente a si ¿En tu balneario se enseña sobre la importancia de flora y fauna del Cerro Campana? El 42% de las personas encuestadas marcaron nunca, seguido con un 22% que respondieron casi nunca, el 20% indicó a veces, mientras el 13% manifestaron casi siempre y finalmente el 3% señalaron siempre.

17. ¿En tu balneario se enseña sobre la herencia cultural Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	3	5%
CS	8	13%
A	7	12%
CN	12	20%
N	30	50%
Total	60	82%

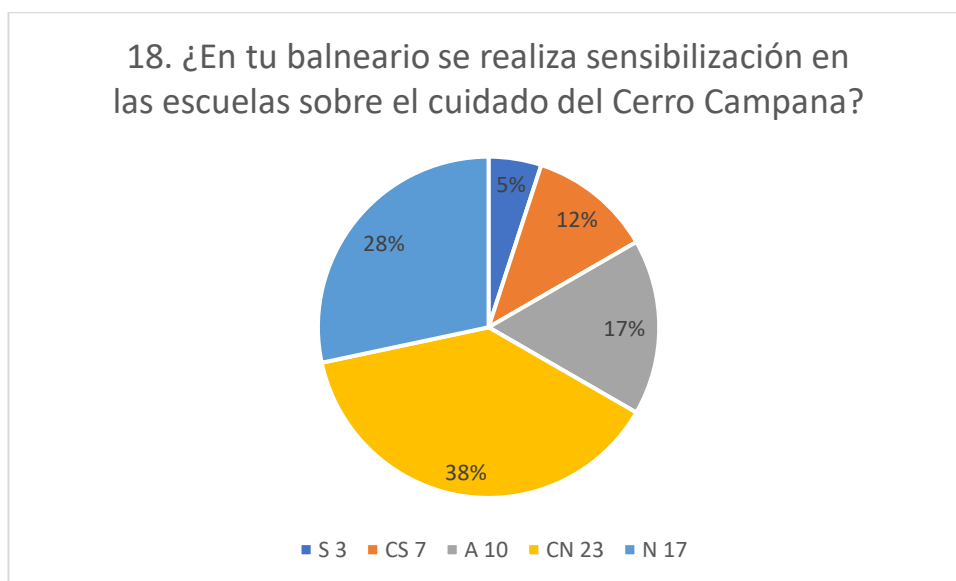


Fuente: Elaboración propia

Referente a esta pregunta, ¿En tu balneario se enseña sobre la herencia cultural Cerro Campana? El 50% de ellos afirmó que nunca seguido de un 20% que respondieron casi nunca. De otro lado, un 13% contestó que casi siempre. No obstante, el 12% de ellos respondieron a veces y un 5% manifestó que siempre.

18. ¿En tu balneario se realiza sensibilización en las escuelas sobre el cuidado del Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	3	5%
CS	7	12%
A	10	17%
CN	23	38%
N	17	28%
Total	60	83%

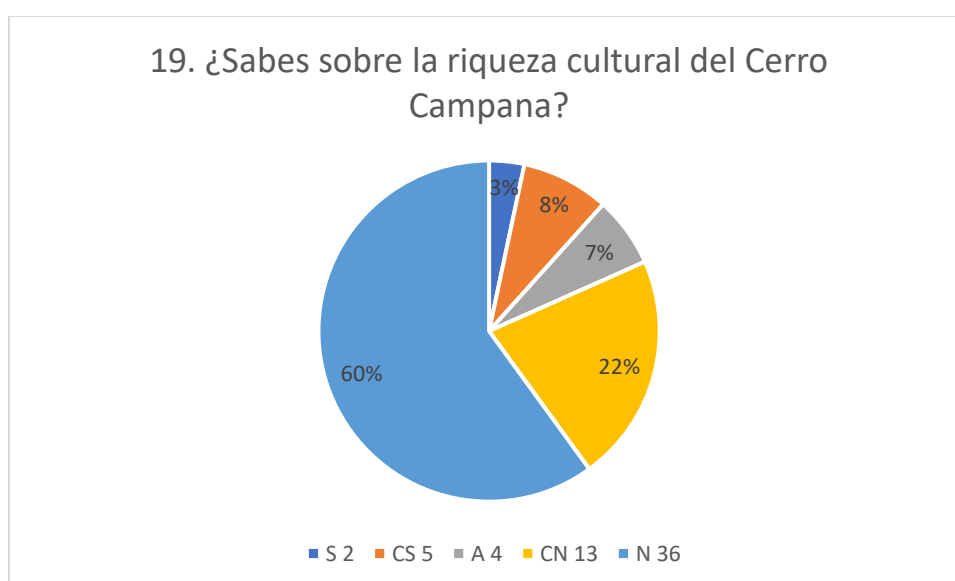


Fuente: Elaboración propia

Referente a esta pregunta, ¿En tu balneario se realiza sensibilización en las escuelas sobre el cuidado del Cerro Campana? El 38% de ellos afirmó que casi nunca seguido de un 28% que respondieron nunca. De otro lado, un 17% contestó a veces. No obstante, el 12% de ellos respondieron que casi siempre y un 5% manifestó que siempre.

19. ¿Sabes sobre la riqueza cultural del Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	2	3%
CS	5	8%
A	4	7%
CN	13	22%
N	36	60%
Total	60	88%

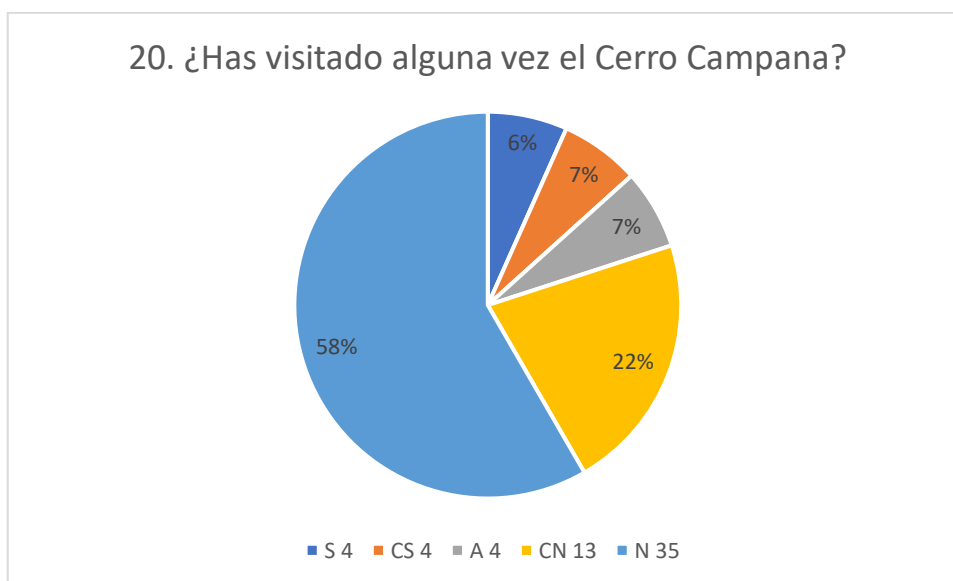


Fuente: Elaboración propia

En la presente tabla se puede observar que de los 60 pescadores ancestrales que participaron en la encuesta. Para esta pregunta referente a si ¿Sabes sobre la riqueza cultural del Cerro Campana? El 60% de ellos respondieron que nunca. Mientras que el 22% afirma que casi nunca. Seguido de un 8% quienes afirman casi siempre. No obstante, el 7% contestaron a veces. Finalmente, el 3% indicó siempre.

20. ¿Has visitado alguna vez el Cerro Campana en tu grupo de trabajo o estudio?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	4	7%
CS	4	7%
A	4	7%
CN	13	22%
N	35	58%
Total	60	87%



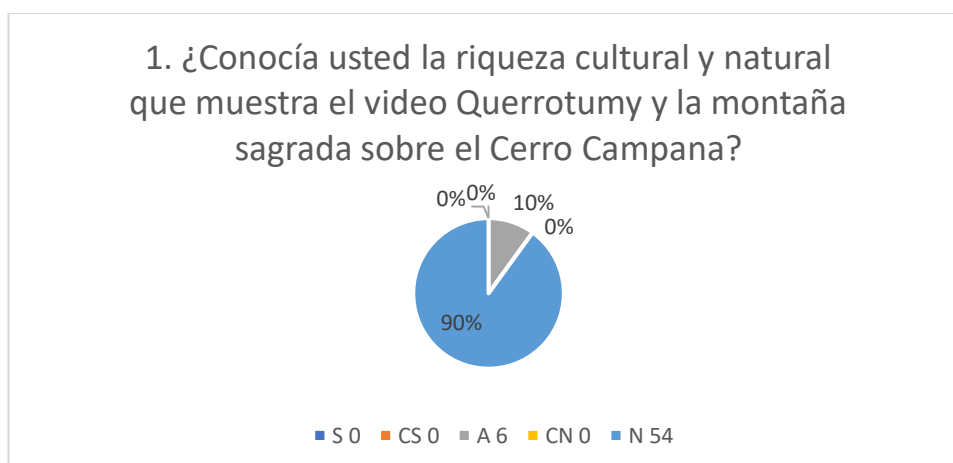
Fuente: Elaboración propia

Referente a esta pregunta, ¿Has visitado alguna vez el Cerro Campana en tu grupo de trabajo o estudio? El 58% de ellos afirmó que nunca seguido de un 22% que respondieron casi nunca. Haciendo un empate un 7% contestó que casi siempre. Otro 7% de ellos respondieron a veces y un 7% manifestó que siempre.

Anexo N° 2: Instrumento de recolección de datos
 Cuestionario para medir la percepción de los pescadores ancestrales que vieron el documental

1 ¿Conocía usted la riqueza cultural y natural que muestra el video Querrotumy y la montaña sagrada sobre el Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	0	0%
CS	0	0%
A	6	10%
CN	0	0%
N	54	90%
Total	60	100%

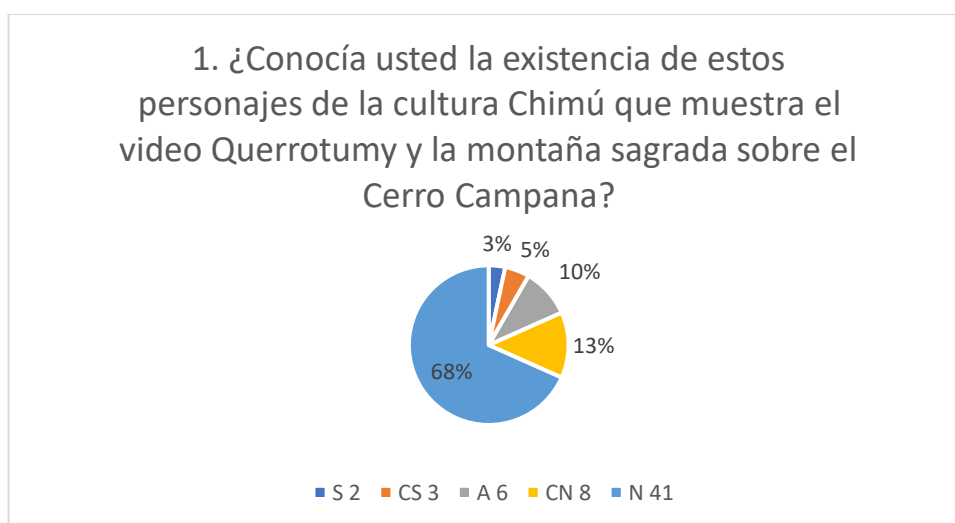


Fuente: Elaboración propia

De los 60 pescadores ancestrales el 90% de ellos afirmaron que nunca han conocido la riqueza cultural y natural que vieron en el video Querrotumy y la montaña sagrada sobre el Cerro Campana. Solo el 10% de ellos afirmaron que a veces (conocían) han escuchado.

2 ¿Conocía usted la existencia de estos personajes de la cultura Chimú que muestra el video Querrotumy y la montaña sagrada sobre el Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	2	3%
CS	3	5%
A	6	10%
CN	8	13%
N	41	68%
Total	60	100%

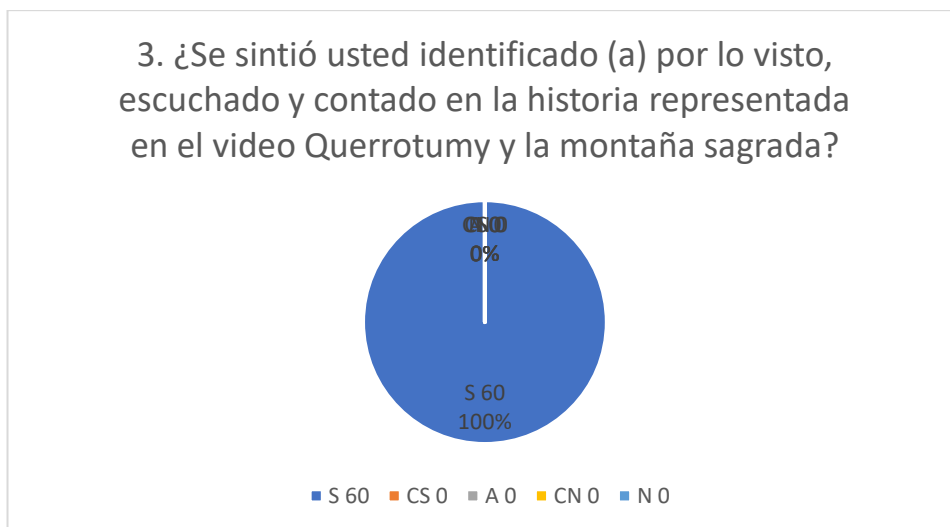


Fuente: Elaboración propia

El 68% de los encuestados no conocía de la existencia de este héroe de su etnia mochica chimú el 13% casi nunca entendía de este personaje 10% a veces escucho sobre su patriarca y el 5 % casi nunca y tan sólo el 3% siempre supo de esta historia de leyenda escrita en cronistas de la época colonial como el fray de la Calancha.

3. ¿Se sintió usted identificado (a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video Querrotumy y la montaña sagrada?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%



Fuente: Elaboración propia

Este cuadro no sólo es una estadística más bien confirma un objetivo de la presente investigación que busca el relacionamiento de la cultura viva con el cerro campana el 100% siente identificado con este personaje. Es decir los 60 pescadores ancestrales.

4. ¿Se sintió usted conmovido(a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video Querrotumy y la montaña sagrada?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%



Fuente: Elaboración propia

Esta estadística abarata nuestras suposiciones ya que el 100 % de encuestados confirma su emoción emotiva por tremendo personaje de historia de la etnia Chimor. En la totalidad de la muestra considera gran emotividad de la proyección audiovisual.

5. ¿Considera usted que el contenido del video Querrotumy y la montaña sagrada muestra la riqueza natural del Cerro Campana?

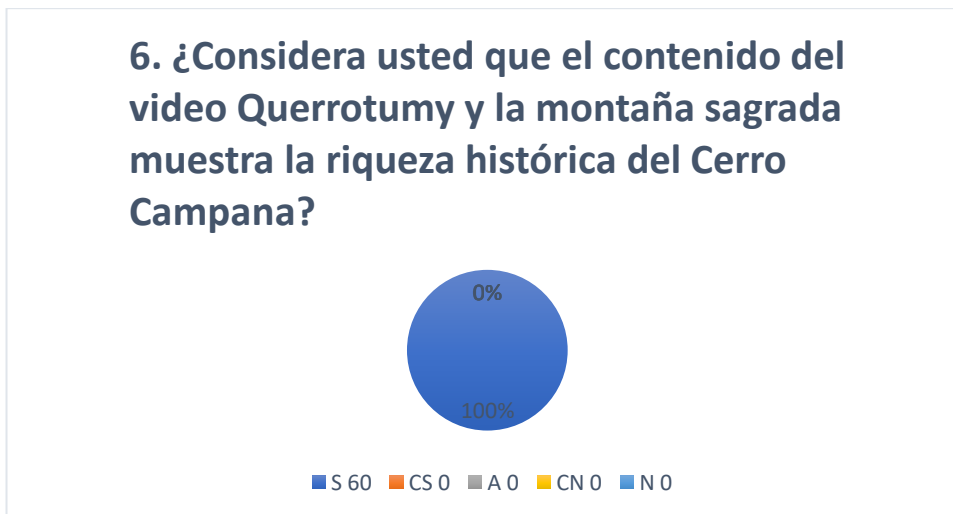
Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%

Fuente: Elaboración propia

Este cuadro sigue mostrando una tendencia imperante en la importancia del cerro campana para la cultura viva de Huanchaco, el 100% de encuestados considera que el audiovisual destaca la riqueza cultural y natural del cerro campana.

6. ¿Considera usted que el contenido del video Querrotumy y la montaña sagrada muestra la riqueza histórica del Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%

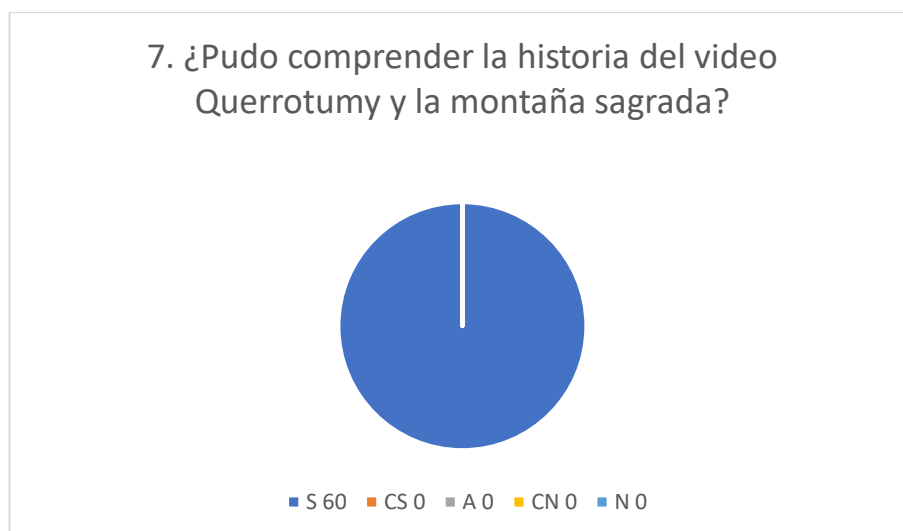


Fuente: Elaboración propia

Nuevamente, reafirmamos el sentimiento empoderado de la "cultura viva" con el cerro campana, luego de ver nuestro cortometraje, el 100% que este contenido audiovisual muestra la riqueza histórica del Cerro Campana.

7. ¿Pudo comprender la historia del video Querrotumy y la montaña sagrada?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%

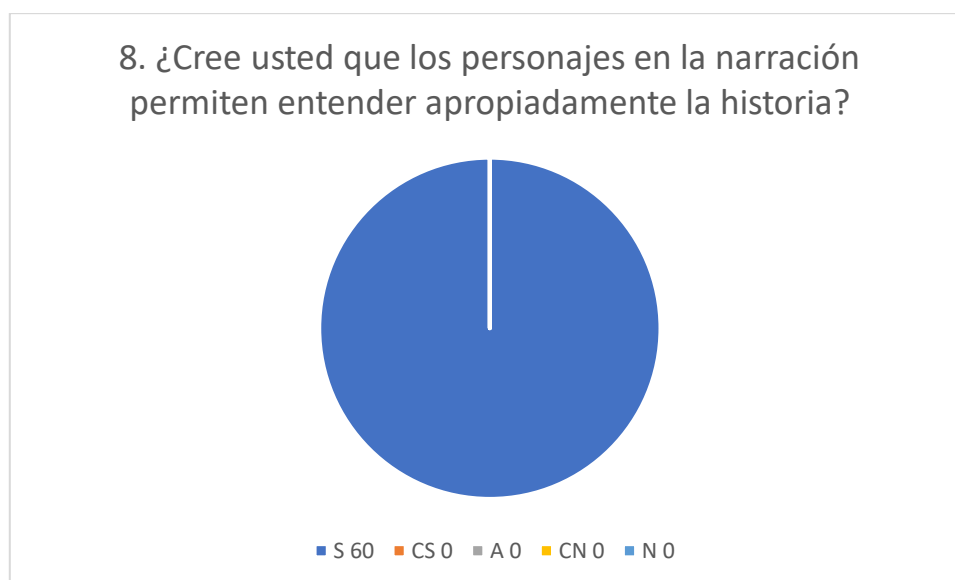


Fuente: Elaboración propia

Nuestro idioma, el castellano y la profundidad videográfica es totalmente clara para nuestros amigos pescadores ya que el 100% considera comprensible nuestra propuesta audiovisual.

8. ¿Cree usted que los personajes en la narración permiten entender apropiadamente la historia?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%

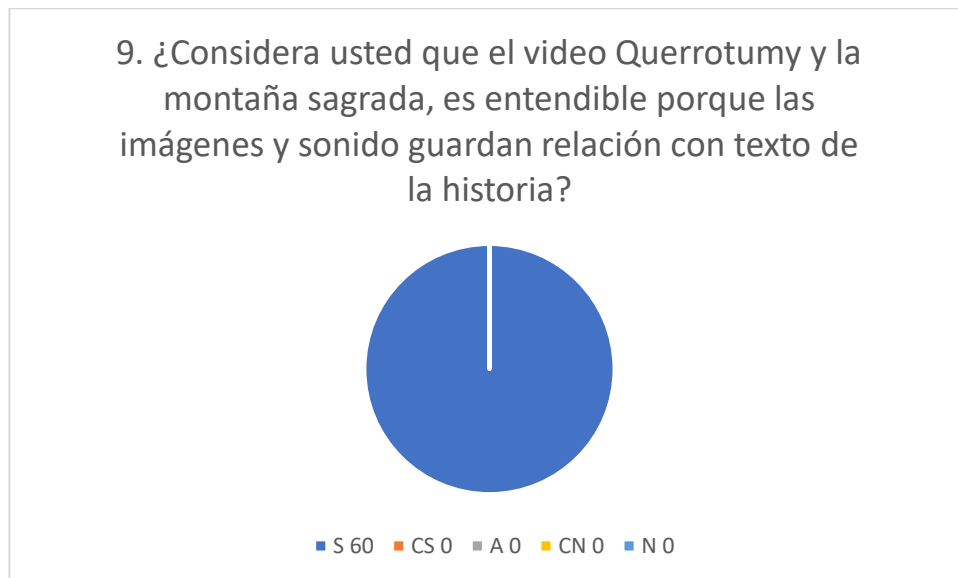


Fuente: Elaboración propia

Los personajes de nuestra narración audiovisual son totalmente comprensibles para nuestra etnia chimú ya que el 100 % considera que los personajes son amigables y comprensible.

9. ¿Considera usted que el video Querrotumy y la montaña sagrada, es entendible porque las imágenes y sonido guardan relación con texto de la historia?

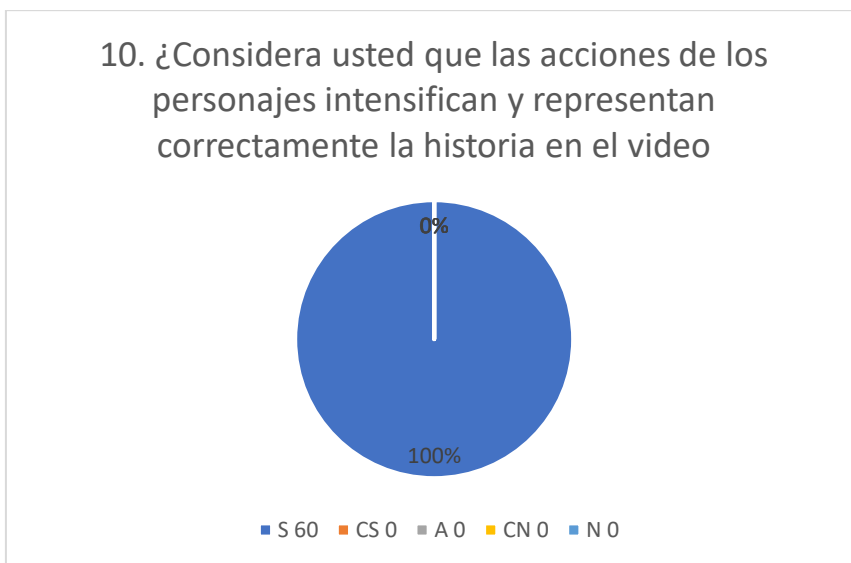
Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%



Este cuadro ya nos amplía nuestros objetivos técnicos ya que el 100% de consultados considera que las imágenes y el sonido guardan armonía y relación con el texto de la historia.

10. ¿Considera usted que las acciones de los personajes intensifican y representan correctamente la historia en el video

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%

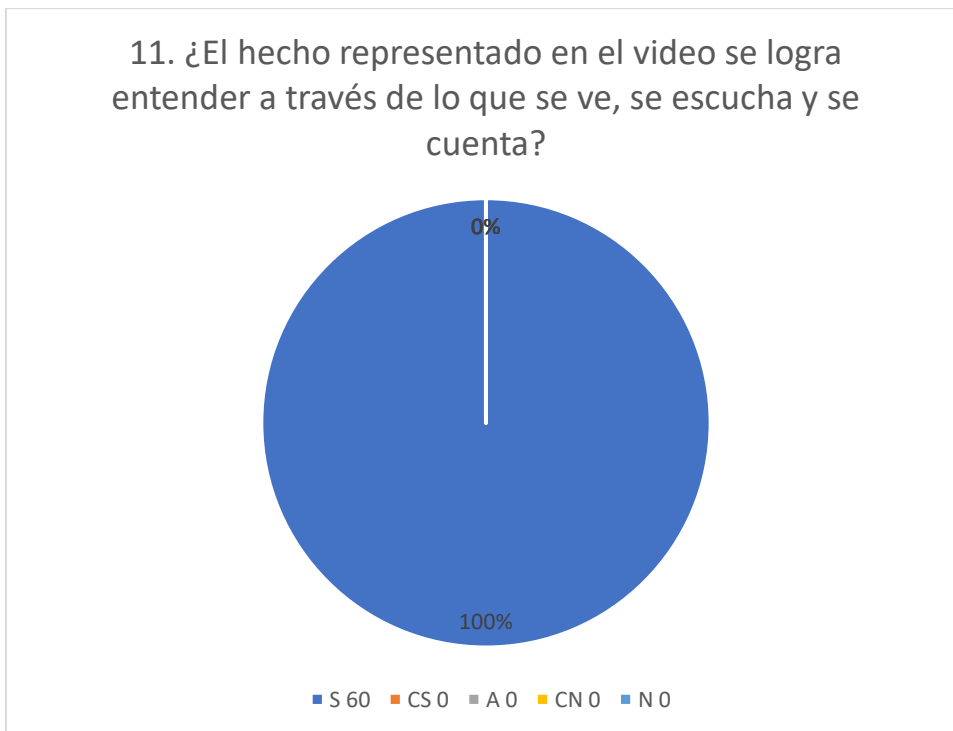


Fuente: Elaboración propia

Nuevamente, esta estadística reconfirma que el 100 de encuestados muestran su aprobación al trabajo narrativo individual de nuestros personajes ya que al 100% considera una actuación correcta de los personajes.

11. ¿El hecho representado en el video se logra entender a través de lo que se ve, se escucha y se cuenta?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	0%

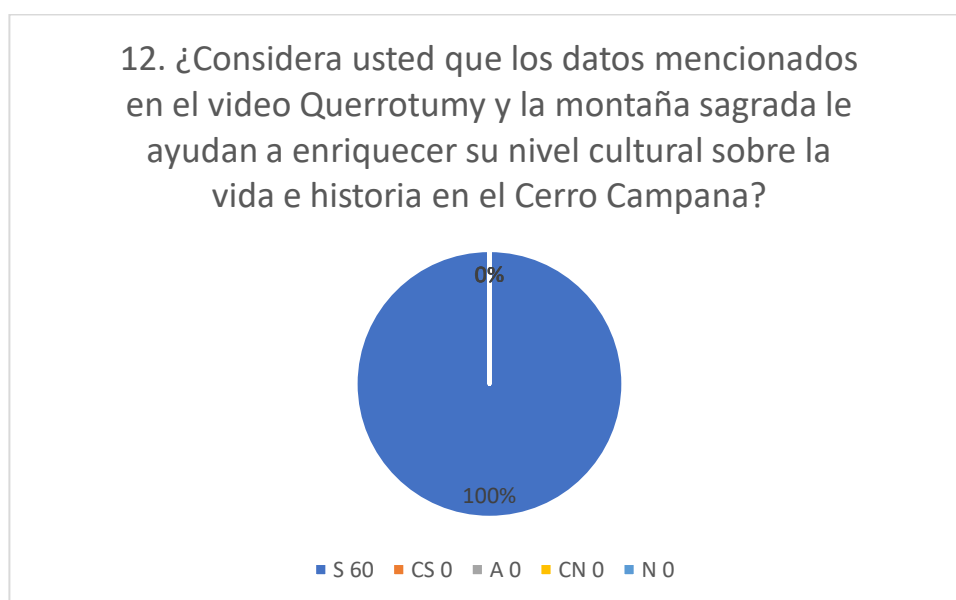


Fuente: Elaboración propia

La claridad de imagen y de ponencia autóctona cumplen su función ya que el 100% considera que el hecho representado en el video se logra entender a través de que se escucha y cuenta.

12. ¿Considera usted que los datos mencionados en el video Querrotumy y la montaña sagrada le ayudan a enriquecer su nivel cultural sobre la vida e historia en el Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%

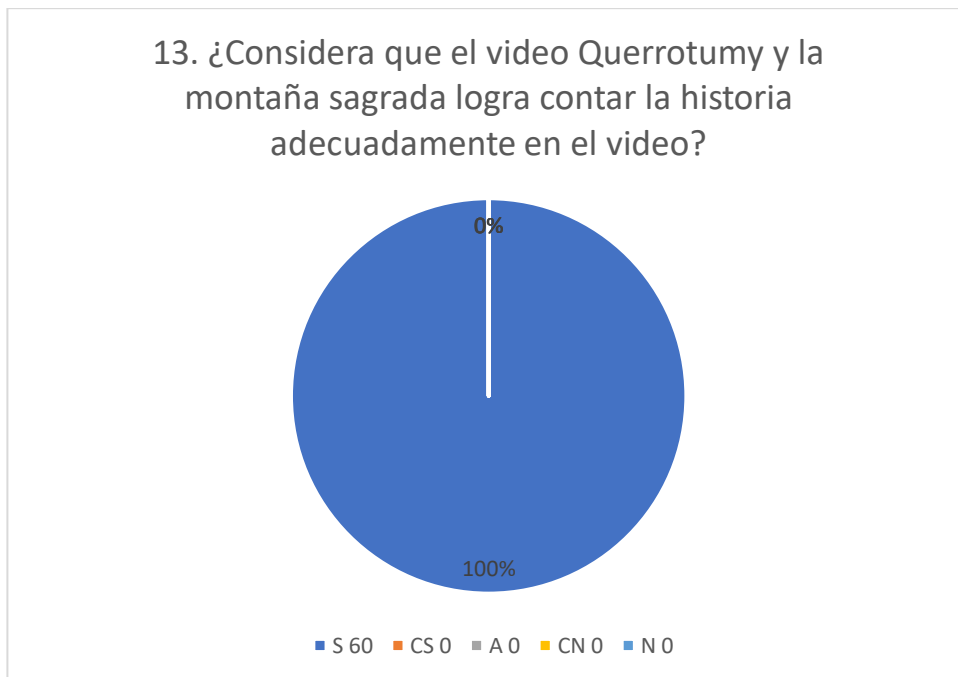


Fuente: Elaboración propia

Esta estadística no hace más que confirmar nuestra ruta metodológica en lo que respecta a la protección del cerro campana , pues, todos los encuestados consideran que este trabajo audiovisual enriquece el nivel cultural sobre la vida e historia en el cerro campana.

13. ¿Considera que el video Querrotumy y la montaña sagrada logra contar la historia adecuadamente en el video?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%

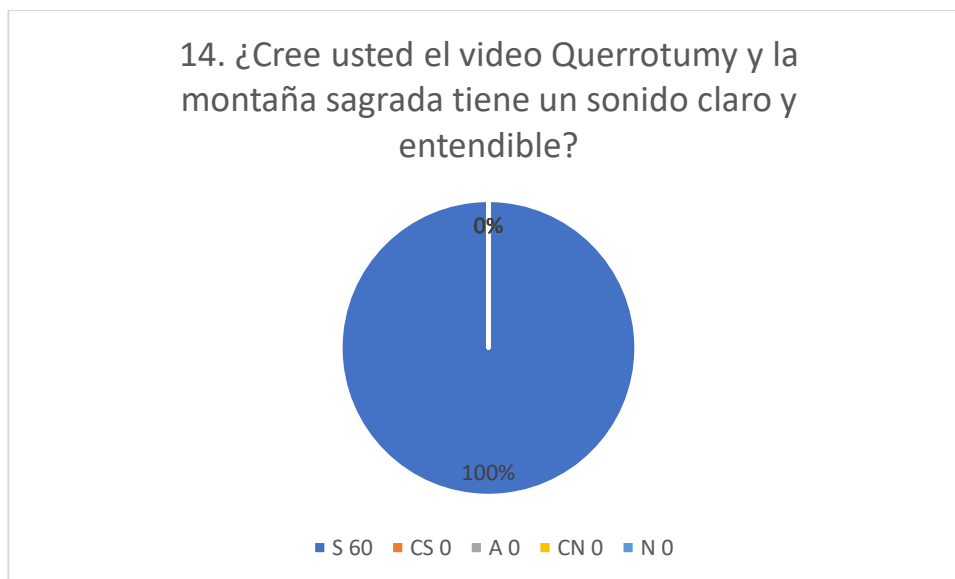


Fuente: Elaboración propia

Este balotaje metodológico sigue en una tendencia real y concreta , en esta caso, hace referencia que el 100% considera que el video Querrotumy y la Montaña Sagrada logra contar la historia adecuadamente en el video.

14. ¿Cree usted el video Querrotumy y la montaña sagrada tiene un sonido claro y entendible?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%

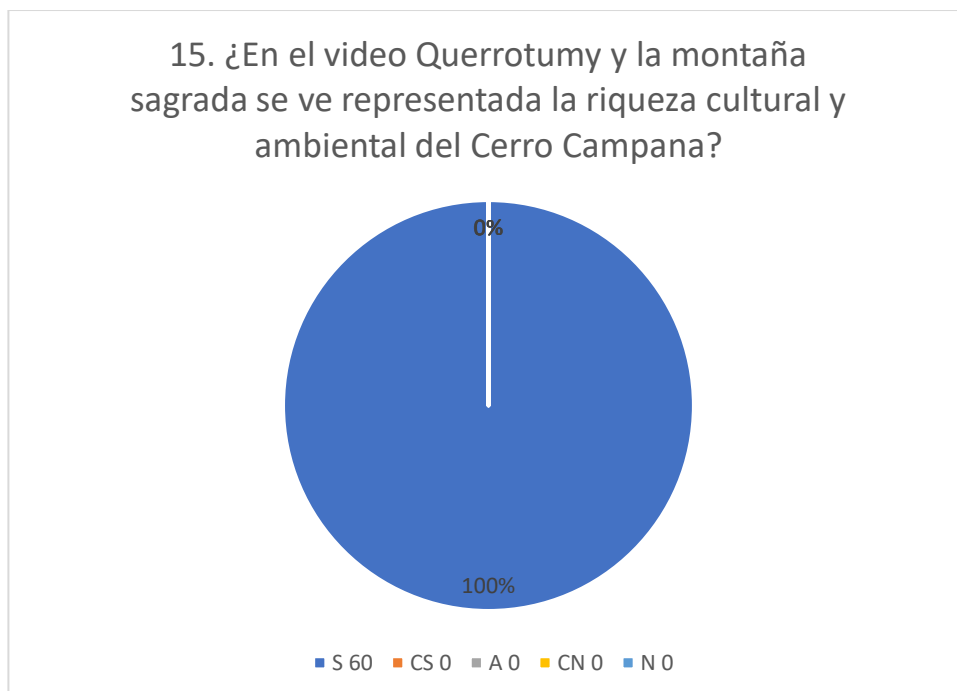


Fuente: Elaboración propia

En este recurso metodológico se denota la excelente calidad técnica de la herramienta audiovisual, el 100% de encuestados afirma que el video tiene un sonido claro y entendible.

15. ¿En el video Querrotumy y la montaña sagrada se ve representada la riqueza cultural y ambiental del Cerro Campana?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%

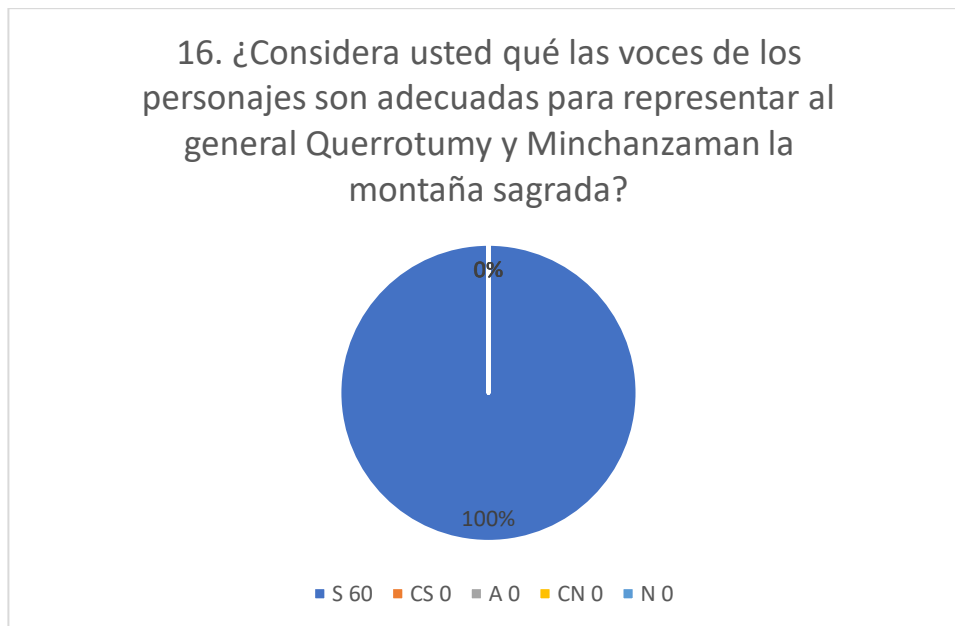


Fuente: Elaboración propia

Evidentemente, que la posición positivista de los pescadores ancestrales coinciden con el 100% que considera que la riqueza cultural y ambiental del cerro campana se representan en este presente cortometraje de manera adecuada.

16. ¿Considera usted que las voces de los personajes son adecuadas para representar al general Querrotumy y Minchanzaman la montaña sagrada?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%

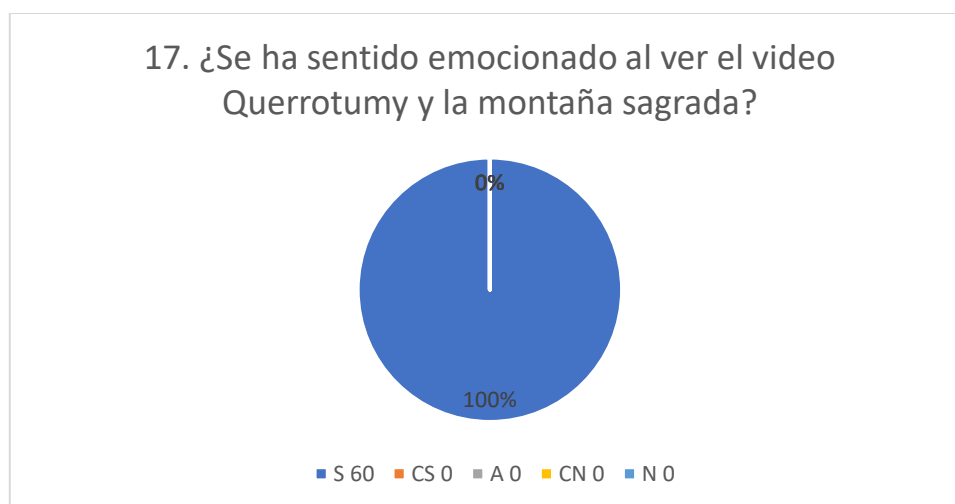


Fuente: Elaboración propia

Es reiterativa la narración audiovisual y la calidad técnica para los pescadores huanchaqueros ya que el 100% de entrevistados pues consideran que las voces de los personajes de Querrotumy y Michanzamàn son adecuadas para la representación audiovisual.

17. ¿Se ha sentido emocionado al ver el video Querrotumy y la montaña sagrada?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%



Fuente: Elaboración propia

Este aspecto técnico es trascendental para la investigación ya que el 100% se ha sentido emocionado al ver el video de Querrotumy y Montaña Sagrada.

18. ¿Le gustaría ver el video Querrotumy y la montaña sagrada acompañado de sus familiares?

Claves	Número de participantes	Porcentaje
S	60	100%
CS	0	0%
A	0	0%
CN	0	0%
N	0	0%
Total	60	100%



Fuente: Elaboración propia

Este cuadro estadístico muestra una conexión ancestral casi perdida , pues el 100 de encuestados presenta una conexión con la montaña sagrada desde el recojo de achupallas para el nacimiento navideño como la leyenda de la campana de oro que vuela al cerro campana.

Anexo N° 3: Entrevista Individual Estructurada

Entrevistado (a):	
Fecha:	
Hora:	
Objetivos de la entrevista	
Objetivo 1:	Descubrir el nivel de relación de los pescadores ancestrales con su cultura viva y el Cerro Campana
Objetivo 2:	Conocer el valor que tienen sobre el Cerro Campana
PREGUNTAS	APUNTES
¿Qué sabe del Cerro Campana?	Algunos de ellos recuerdan que iban al lugar con sus familias para traer achupallas para adornar los nacimientos, Mientras que otros contaron la leyenda de la campana de oro. La gran mayoría de ellos manifestaron que solo lo conocían porque se ve de fondo en el balneario, pero como está lejos nunca antes habían ido y no sabían de su trascendencia histórica y ambiental.
¿Ha visitado alguna vez el Cerro Campana?	Muy pocos lo han visitado. Lo vemos hermoso e imponente desde lejos pero nunca hemos intentado ir hasta allá.
¿Conoce la riqueza que alberga el Cerro Campana?	Ahora sí conocen, gracias al cortometraje y haber visto reportajes periodísticos conocen de la flora, fauna y cultura milenaria.
¿Siente algún tipo de pertenencia con el Cerro Campana?	Ahora sabemos que nuestros antepasados rendían culto en el Cerro Campana y eso nos hace sentir parte él.
¿Cree usted que el Cerro Campana guarda valor histórico con su ascendencia?	Efectivamente, guarda mucho valor porque ahí está la piedra del cual ellos hacían sus sacrificios y lo plasmaron en los huacos que ahora podemos ver y entender la conexión. Además, por otros restos como las imágenes de los danzantes de la sogá que lo vemos representado en las paredes de las

	huacas desde Magdalena de Cao hasta Moche
¿Considera usted que el Cerro Campana es importante para la etnia de los pescadores ancestrales?	Antes no sabíamos de toda la riqueza que albergaba, pero ahora que sí lo sabemos, queremos luchar para protegerlo para que nuestras generaciones futuras sepan de dónde venimos y lo que nuestros ancestros hacían y conocían como por ejemplo los rituales para tener productividad de la tierra, cosecha y agua.
¿Considera usted importante que haya mayor difusión sobre la riqueza cultural del Cerro Campana?	Si porque de haber más difusión, habrá más conocimiento también para la población que deben de apoyar a que cuide y se valore. Además, aquí somos conscientes del daño que está generando y generará el molón de Salaverry y nuestra playa va a desaparecer de pocos. EL Cerro Campana es por su riqueza de flora y fauna el último pulmón de Trujillo que podría servir también como parque de atractivo turístico como cultural.
¿Consideras oportuno que exista una ruta turística al Cerro Campana?	Si se considera oportuno e importante ya que el lugar es muy extenso, lejos, solitario y puede ser peligroso además por la falta de luz y si algún visitante se accidenta no sabríamos cómo ayudarlo porque hasta allá no hay luz ni señal de internet.
¿Consideras importante que se difunda al Cerro Campana como atractivo turístico?	Huanchaco se diferencia de las otras playas por sus caballitos de totora y ahora también por su herencia cultural y ambiental del Cerro Campana. Esto atraería a muchos turistas de diferentes rubros como por ejemplo e turismo ecológico o chamánicos de los extranjeros

<p>¿Qué opinas sobre el peligro que enfrenta el Cerro Campana frente a la erosión costera e invasiones?</p>	<p>Es muy preocupante ya que las invasiones están contaminando aire, suelo y acabando con la flora y fauna del lugar y destruyendo lo poco que queda de los vestigios culturales. Por otro lado, la erosión costera está dejándonos sin playa y con el tiempo le va a pasar a Huanchaco lo que ha sucedido con Las Delicias y Buenos Aires.</p>
<p>¿Qué opinión tienes sobre el video Querrotumy y la montaña sagrada?</p>	<p>El video está muy interesante, no conocíamos la historia del general Querrotumy ni de lo trascendental del Cerro Campana, nos ha permitido conocerlo y con todo lo que tiene y significa. Transmite emociones de coraje y valentía y nos hace sentir orgullosos de nuestra etnia.</p>
<p>CONCLUSIONES</p>	<p>Los pescadores ancestrales coinciden en sus respuestas. Su sentir se multiplica al conocer ahora el valor del Cerro Campana y les embarga una nostalgia y preocupación, el que no se cuide y proteja como se debe y se pierda toda esta herencia cultural y ambiental. De otro lado, la gran mayoría de ellos, tienen avanzada edad y les gustaría que se difunda y haya una ruta turística en donde los visitantes puedan conocer el lugar sin ningún tipo de riesgo. De igual manera, coinciden en que la erosión costera e invasiones podrían llegar a extinguir este reducto ancestral</p>

✓ **Instrumento**

Encuesta

Anexo N°03: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO PARA MEDIR EL USO DE ESTRATEGIAS DE SENSIBILIZACIÓN EN DEFENSA AL CERRO CAMPANA

Instrucciones:

A continuación, se presenta una lista de ítems los cuales deberás contestar con total sinceridad. De acuerdo a las siguientes claves:

S = siempre CS = casi siempre A = a veces CN = casi nunca N = nunca

Items	S	C S	A	C N	N
Cultural recreativo					
1. ¿En tu balneario se realizan actividades artísticas o culturales relacionadas con el cuidado del Cerro Campana?					
2. ¿En tu balneario se desarrollan juegos y dinámicas relacionadas con el cuidado del Cerro Campana?					
3. ¿En tu balneario se realizan exposiciones de artesanías, pinturas, relacionadas con el Cerro Campana?					
4. ¿ En balneario se desarrolla cine sobre temática cultural local?					
5. ¿ En tu balneario se desarrolla actividades de ecoturismo, excursiones al Cerro Campana?					
De comunicación y divulgación					
6. ¿ En tu balneario se implementan periódicos murales relacionados con el ciudad cuidado del Cerro Campana?					
7. ¿En tu balneario se distribuyen boletines, folletos, trípticos, etc. relacionados con el cuidado del Cerro Campana?					
8. ¿ En tu balneario se realizan exposiciones fotográficas relacionadas con el cuidado del Cerro Campana?					
9. En tu balneario se divulga por redes sociales temas del Cerro Campana?					
10. ¿En tu balneario se realizan campañas de cuidado del Cerro Campana?					
De salud comunitaria					

11. ¿Tu balneario organiza la limpieza de calles de la comunidad?					
12. ¿En tu balneario se enseña acerca del cuidado del ambiente?					
13. ¿En tu balneario se promueve modos de vida sana (alimentación saludable, hábitos de higiene)?					
14. ¿En tu balneario se desarrollan campañas de limpieza de mar?					
15. ¿En tu balneario se promueve el uso adecuado de tachos de basura (dentro y fuera de la institución)?					
De manejo de sensibilización comunicativa					
16. ¿En tu balneario se enseña sobre la importancia de flora y fauna del Cerro Campana?					
17. ¿En tu balneario se enseña sobre la herencia cultural Cerro Campana?					
18. ¿En tu balneario se realiza sensibilización en las escuelas sobre el cuidado del Cerro Campana?					
19. ¿Sabes sobre la riqueza cultural del Cerro Campana?					
20. ¿Has visitado alguna vez el Cerro Campana en tu grupo de trabajo o estudio?					

Anexo N° 4: Instrumento de recolección de datos
Cuestionario para medir la percepción de los pescadores ancestrales que vieron el documental

Instrucciones:

A continuación, se presenta una lista de ítems los cuales deberás contestar con total sinceridad. De acuerdo a las siguientes claves:

S = siempre CS = casi siempre A = a veces CN = casi nunca N = nunca

Ítems	S	CS	A	CN	N
Sobre el contenido					
1. ¿Conocía usted la riqueza cultural y natural que muestra el video Querrotumy y la montaña sagrada sobre el Cerro Campana?					
2. ¿Conocía usted la existencia de estos personajes de la cultura Chimú que muestra el video Querrotumy y la montaña sagrada sobre el Cerro Campana?					
3. ¿Se sintió usted identificado (a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video Querrotumy y la montaña sagrada?					
4. ¿Se sintió usted conmovido(a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video Querrotumy y la montaña sagrada?					
5. ¿Considera usted que el contenido del video Querrotumy y la montaña sagrada muestra la riqueza natural del Cerro Campana?					
6. ¿Considera usted que el contenido del video Querrotumy y la montaña sagrada muestra la riqueza histórica del Cerro Campana?					
Sobre el mensaje					
7. ¿Pudo comprender la historia del video Querrotumy y la montaña sagrada?					
8. ¿Cree usted que los personajes en la narración permiten entender apropiadamente la historia?					
9. ¿Considera usted que el video Querrotumy y la montaña sagrada, es entendible porque las imágenes y sonido guardan relación con texto de la historia?					
10. ¿Considera usted que las acciones de los personajes intensifican y representan correctamente la historia en el video					
11. ¿El hecho representado en el video se logra entender a través de lo que se ve, se escucha y se cuenta?					
12. ¿Considera usted que los datos mencionados en el video Querrotumy y la montaña sagrada le ayudan a enriquecer					

su nivel cultural sobre la vida e historia en el Cerro Campana?					
Sobre el video					
13. ¿Considera que el video Querrotumy y la montaña sagrada logra contar la historia adecuadamente en el video?					
14. ¿Cree usted el video Querrotumy y la montaña sagrada tiene un sonido claro y entendible?					
15. ¿En el video Querrotumy y la montaña sagrada se ve representada la riqueza cultural y ambiental del Cerro Campana?					
16. ¿Considera usted que las voces de los personajes son adecuadas para representar al general Querrotumy y Minchanzaman la montaña sagrada?					
17. ¿Se ha sentido emocionado al ver el video Querrotumy y la montaña sagrada?					
18. ¿Le gustaría ver el video Querrotumy y la montaña sagrada acompañado de sus familiares?					

ANEXO 3° - ENTREVISTA INDIVIDUAL ESTRUCTURADA	
Entrevistado (a):	
Fecha:	
Hora:	
Objetivos de la entrevista	
Objetivo 1:	Descubrir el nivel de relación de los pescadores ancestrales con su cultura viva y el Cerro Campana
Objetivo 2:	Conocer el valor que tienen sobre el Cerro Campana
PREGUNTAS	APUNTES
¿Qué sabe del Cerro Campana?	
¿Ha visitado alguna vez el Cerro Campana?	
¿Conoce la riqueza que alberga el Cerro Campana?	
¿Siente algún tipo de pertenencia con el Cerro Campana?	
¿Cree usted que el Cerro Campana guarda valor histórico con su ascendencia?	
¿Considera usted que el Cerro Campana es importante para la etnia de los pescadores ancestrales?	
¿Considera usted importante que haya mayor difusión sobre la riqueza cultural del Cerro Campana?	
¿Consideras oportuno que exista una ruta turística al Cerro Campana?	

¿Consideras importante que se difunda al Cerro Campana como atractivo turístico?	
¿Qué opinas sobre el peligro que enfrenta el Cerro Campana frente a la erosión costera e invasiones?	
¿Qué opinión tienes sobre el video Querrotumy y la montaña sagrada?	
CONCLUSIONES	