

ENTRE PAÑUELOS Y TRADICIÓN: DINÁMICAS DE PROMOCIÓN DE LA MARINERA NORTEÑA Y SU EFECTO EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA LIBERTAD

BETWEEN HANDKERCHIEFS AND TRADITION: PROMOTION DYNAMICS OF MARINERA NORTEÑA AND THEIR EFFECT ON THE CULTURAL IDENTITY OF LA LIBERTAD

Artículo recibido el: 01/12/2025

Artículo aceptado el: 02/03/2026

Nora Virginia Benott Romero*

*Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú

Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-1828-0867>

nbenott@ucvvirtual.edu.pe

The authors declare that there is no conflict of interest

Resumen

Este artículo analiza cómo la promoción presencial de la marinera norteña (festivales, academias y campañas municipales) y la promoción digital (redes sociales, transmisiones en vivo y su huella en Google Trends y Wikipedia) se vinculan con la identidad cultural en La Libertad, entendida como orgullo/afecto, conocimiento/saberes, participación/prácticas y valoración del patrimonio. Desde un enfoque de gobernanza cultural, articula Estado, sociedad civil, sector privado y academia, y propone un modelo lógico en el que la promoción influye en la identidad a través del capital social cultural y la identidad de lugar. Metodológicamente, se construye un panel provincia-año para 2015–2025 con 132 observaciones, combinando registros administrativos y trazas digitales: el índice anual de Google Trends para “Marinera” promedia $\approx 17,2$ puntos y la página correspondiente en Wikipedia recibe $\approx 14\,269$ vistas por año, lo que indica una demanda simbólica estable. Sin embargo, la densidad de Puntos de Cultura es baja y desigual, y los registros sobre eventos y coordinación son incompletos. Esto limita pruebas econométricas más avanzadas, pero abre una agenda de política pública para mejorar los datos subnacionales, fortalecer el tejido cultural y alinear mejor los esfuerzos de promoción con identidades vividas en el territorio.

Palabras clave: Marinera Norteña. Identidad Cultural. Promoción Cultural. Rastros Digitales. La Libertad.

Abstract

The article examines how the promotion of marinera norteña both in-person (festivals, academies, municipal campaigns) and digital (social media, livestreams, and its footprint in Google Trends and Wikipedia) is linked to cultural identity in La Libertad, understood in terms of pride/affect, knowledge/understandings, participation/practices, and heritage appreciation. Drawing on a cultural governance approach, it brings together the state, civil society, the private sector, and academia, and proposes a logical model in which promotion shapes identity through cultural social capital and place identity. Methodologically, it builds a province-year panel for 2015–2025 with 132 observations, combining administrative records and digital traces: the annual Google Trends index for “Marinera” averages ≈ 17.2 points and the corresponding Wikipedia page receives $\approx 14,269$ views per year, indicating a stable symbolic demand. However, the density of “Puntos de Cultura” is low and uneven, and records on events and coordination are incomplete. This limits more advanced econometric testing but opens a policy agenda to improve subnational data, strengthen the cultural fabric, and better align promotional efforts with lived identities in the territory. Keywords: marinera norteña. cultural identity. cultural governance. digital traces.

Keywords: Marinera Norteña. Cultural Identity. Cultural Promotion. Digital Traces. La Libertad.



1 INTRODUCCIÓN

Con Trujillo como epicentro, la marinera norteña funciona como un emblema que hilvana memorias, símbolos y prácticas. sostiene pertenencias y perfila identidades. Ahora bien, ¿hasta qué punto la profusión de festivales, academias, iniciativas municipales y una mediación digital en expansión se convierten en experiencias vividas de identidad para toda la región? La Política Nacional de Cultura al 2030 subraya el derecho de participar en la vida cultural y reclama una articulación efectiva entre Estado y sociedad para vigorizar expresiones locales en la Libertad, esto implica al gobierno regional, municipalidades, escuelas de danza y organizaciones civiles (Perú, 2020). La literatura internacional indica que la marinera actúa como un marcador potente de identidad nacional que se interpreta en escenarios diversos y legitima su empleo como agente que favorece la unión social (Busse-Cárdenas, 2021). Con todo, la promoción vehiculada por campañas y redes, si bien moviliza pertenencias, corre el riesgo de fijar estereotipos cuando falta una gestión cultural cuidadosa (Moreno & Arbaiza, 2020). En el plano local, evidencias cualitativas en Trujillo exhiben fisuras: la alta visibilidad no siempre deviene en apropiación comunitaria ni en interés sostenido. urge, por tanto, una política y una gobernanza cultural más inclusivas y persistentes (Carrascal, 2020). La promoción de la marinera norteña implica más que shows: requiere organización cultural conjunta entre Estado, sociedad civil, empresas y universidad, en eventos presenciales y acciones digitales. Cuando este trabajo se articula con reglas claras, coordinación y transparencia, la marinera pasa de espectáculo a identidad compartida. Además, las políticas globales deben adaptarse al contexto local con indicadores pertinentes (Alasuutari & Kangas, 2020. Vidaurre-Rojas et al., 2024). La identidad cultural combina orgullo y pertenencia, saberes compartidos, prácticas cotidianas y valoración del patrimonio. En la marinera norteña, estas capas se activan cuando la promoción se traduce en experiencias como aprender, ensayar y cuidar la tradición, gracias a la acción conjunta de Estado, sociedad civil, empresas y academia, medible con marcos psicométricos de identidad. (Phinney & Ong, 2007). A la vez, la literatura sobre patrimonio muestra que la experiencia patrimonial bien mediada robustece la pertenencia, el intercambio intergeneracional de saberes y el compromiso cívico, ofreciendo métricas pertinentes para evaluar la valoración del patrimonio en relación con la identidad (Fu & Luo, 2022). En el entorno digital, la marinera norteña circula en redes, transmisiones y contenidos de

creadores, ampliando su alcance. el desafío es que esas vistas se transformen en aprendizaje, participación y cuidado del patrimonio, sin perder sentido cultural (Ginzarly & Srour, 2022). Por eso cobran valor los marcos de digital storytelling que diseñan narrativas nativas de redes, formatos, secuencias y “hooks” pensados para estos públicos y que convierten la visibilidad en pertenencia y co-creación cultural, especialmente entre audiencias jóvenes (Kasemsarn & Nickpour, 2025). Planteamos un modelo donde la promoción de la marinera genera exposición y, mediante capital social e identidad de lugar, se vuelve identidad vivida. Así se refuerzan orgullo, conocimiento, participación y valoración del patrimonio, y surgen conductas de apoyo y transmisión (Kuo et al., 2021). De modo semejante, en turismo patrimonial la identidad conecta motivación y satisfacción con lealtad, un buen indicador de participación sostenida, afinando la secuencia actitudinal–conductual que adopta nuestro modelo (Dai et al., 2023). La literatura coincide en que la promoción cultural y los festivales tradicionales impulsan pertenencia y movilización social, convirtiendo celebraciones en espacios donde se negocia y reafirma la identidad nacional (Zhang, 2019). A escala micro, la autenticidad de la experiencia termina apuntalando dos pivotes de la pertenencia la identidad festiva y la identidad de lugar que enlazan la vivencia cultural con el arraigo territorial (Lin & Lee, 2020). En la comunidad, la fiesta conecta capital social y bienestar, impulsando apoyo y compromiso duradero (Ahn et al., 2023). Desde el patrimonio, los festivales integran lo tangible e intangible y, con buena gestión, transforman visibilidad en práctica comunitaria, generando valor cívico y cohesión (Perry, 2020). Este estudio se justifica porque aborda tres vacíos clave: analiza la promoción de la marinera a nivel subnacional, incorpora explícitamente la gobernanza cultural y traduce esa coordinación en indicadores útiles para decidir (UNESCO, 2019. OECD, 2023). En tercer lugar, la medición sigue siendo fragmentada. por ello, este estudio integra métricas de promoción (presencial y digital), constructos de identidad y participación y resultados de política con métodos mixtos y SEM, apoyado en evidencia que relaciona atributos de festivales con satisfacción y lealtad sostenida (Tanford & Jung, 2017) y en estudios del norte peruano que articulan patrimonio, políticas y gestión en contextos afines (Calderón-Vargas, 2021). El aporte, en consecuencia, es doble: un modelo evaluativo replicable y alineado a estándares, y insumos operativos para la política cultural regional prioridades, presupuesto, metas y seguimiento que permitan pasar de la visibilidad a la práctica. Se plantea como objetivo general comprender y explicar, en el ámbito subnacional de La

Libertad, cómo las dinámicas de promoción de la marinera norteña tanto presenciales (festivales, academias, campañas municipales) como digitales (redes sociales, transmisiones y medios locales) inciden sobre las cuatro dimensiones de la identidad cultural (orgullo/afecto, conocimiento/saberes, participación/prácticas y valoración del patrimonio), con el fin de producir evidencia útil para la toma de decisiones en política cultural regional. De ello se desprenden tres objetivos específicos: Identificar y caracterizar a los actores y repertorios de promoción (Estado, sociedad civil, sector privado y academia), precisando su intensidad, grado de articulación y alcance territorial. Operacionalizar y medir, mediante instrumentos validados y contextualizados para La Libertad, las dimensiones de identidad y de participación. y Modelar la relación entre promoción e identidad incorporando mediadores como el capital social y la identidad de lugar, a fin de estimar efectos directos e indirectos y derivar lineamientos de gobernanza cultural con prioridades claras de intervención. Podemos formular las hipótesis. H1: A mayor promoción de la marinera tanto en eventos presenciales como en medios digitales mayor será la identidad cultural de la población (orgullo, conocimiento, participación y valoración del patrimonio). H2: Este efecto positivo ocurre porque la promoción fortalece los vínculos sociales (confianza, redes) y el apego al lugar, lo que convierte la visibilidad en prácticas y pertenencia. H3: Cuando estado, sociedad civil, sector privado y academia trabajan coordinadamente, el impacto de la promoción sobre la identidad es más fuerte que en contextos con baja coordinación.

En resumen, el estudio parte de una brecha clara: la marinera norteña es muy visible, pero esa exposición no siempre se traduce en identidades vividas en las provincias. Para abordar este problema, se propone un enfoque de gobernanza cultural que combina promoción presencial y digital, y mide la identidad cultural en cuatro dimensiones (orgullo, conocimiento, participación y valoración del patrimonio) mediante un modelo lógico verificable y un diseño mixto con SEM. El aporte central es ofrecer un modelo evaluativo replicable y sensible al territorio, junto con evidencia útil para la gestión regional (prioridades, metas, presupuesto y seguimiento) orientada a pasar del espectáculo a prácticas sostenidas de pertenencia y cuidado del patrimonio.

2 MATERIALES Y MÉTODOS

Optamos por un diseño observacional de alcance explicativo basado íntegramente en datos secundarios, articulado en dos frentes que dialogan entre sí. Primero, construiremos un panel jurisdiccional anual (2015–2025) para indagar, con efectos fijos, la relación entre promoción cultural tanto presencial como digital, capital social/identidad de lugar e identidad cultural. cuando aparezcan hitos normativos, el contraste se robustecerá con un enfoque de diferencias-en-diferencias de múltiples periodos y tratamiento escalonado (Callaway & Sant’Anna, 2021). Después, incorporaremos un análisis documental cualitativo ordenanzas, actas, comunicados, cobertura de prensa guiado por análisis temático reflexivo para desentrañar mecanismos y formas de coordinación interinstitucional que el dato agregado por sí solo no revela (Braun & Clarke, 2023). Como huellas de identidad/engagement emplearemos Google Trends y pageviews, integrándolas con cautela metodológica y atendiendo a sus límites y alcances señalados en la literatura reciente (Rovetta, 2021). El estudio se ubica en la Región La Libertad y trabaja principalmente a escala provincial, incorporando distritos cuando hay datos comparables, para el periodo 2015–2025. Este recorte coincide con la continuidad de registros administrativos y trazas digitales, y permite aplicar un enfoque de gobernanza cultural donde la promoción presencial y digital, mediada por capital social e identidad de lugar, se vincula con identidad cultural. El panel 2015–2025 fortalece la inferencia sobre si promoción y coordinación interinstitucional se traducen en identidad vivida en el territorio (OECD, 2023. UNESCO, 2022. Abadie, 2021).

Para sostener la ruta causal propuesta (promoción que activa capital social e identidad de lugar y, con ello, identidad cultural), se usarán dos tipos de fuentes secundarias: registros administrativos y trazas digitales. En los primeros se incluyen el MEF–SIAF (gasto en funciones/programas culturales per cápita), el padrón y densidad de Puntos de Cultura del MINCUL, los calendarios y comunicados de GRLL/municipalidades para ubicar eventos y coorganizaciones de marinera, y la información del Club Libertad sobre resultados y procedencia de participantes. En el segundo grupo se trabajará con Google Trends (“Marinera”, “Marinera norteña”) y Wikimedia Pageviews de páginas vinculadas a la marinera y sus festivales, empleándolos con cautela, considerando posibles errores de medición, estabilidad de consultas, muestreo repetido y sesgos de acceso para interpretar adecuadamente picos y diferencias

territoriales (Liu, 2024. Zhou et al., 2024). Usaremos datos del INEI (población, nivel urbano, educación, ingreso, acceso a internet) y del MINCETUR/PromPerú (turismo) como contexto, y con todo ello armaremos un panel por provincia coherente con nuestro enfoque de gobernanza cultural. La promoción (X) se medirá con tres cosas: gasto cultural por persona, número de eventos oficiales de marinera y cantidad de notas/comunicados institucionales. Como mediadores (M), el capital social se verá a través de la densidad de Puntos de Cultura y la continuidad de los festivales, y la identidad de lugar con la antigüedad del festival principal y la participación local repetida. La coordinación (Z) se representará con el porcentaje de eventos coorganizados entre varios actores y la existencia de convenios, mientras que la identidad/resultados (Y) incluirá interés digital (Trends), participación en concursos, público/aforo y vistas en Wikipedia. Todas las variables se pasarán a datos anuales, por persona y en escalas comparables, usando procedimientos estándar de normalización para que los indicadores sean claros y reproducibles (Desogus et al., 2024. Cavicchia & Sarnacchiaro, 2024). Respecto de las trazas digitales, utilizaremos Google Trends (“Marinera”, “Marinera norteña”) y Wikimedia Pageviews (páginas de marinera/festivales) como señales de interés/engagement, pero con un protocolo cuidadoso: muestreos repetidos, ventanas temporales comparables, validaciones cruzadas y lectura prudente de picos coyunturales. además, atenderemos los sesgos de acceso y patrones de lectura documentados para Wikipedia, así como las limitaciones de medición ampliamente discutidas para Trends en ciencias sociales y salud digital (Meier et al., 2024. Alibudbud, 2023).

Como controles añadiremos datos del INEI (población, porcentaje urbano, educación, ingreso, acceso a TIC) y del MINCETUR/PromPerú (turismo) para que el análisis por provincia sea más sólido y coherente con el enfoque de gobernanza cultural. La base de panel se construirá con un proceso claro: primero uniremos todas las fuentes usando nombres estandarizados y el código INEI como clave. luego revisaremos la calidad de los datos (duplicados, coherencia en el tiempo, vacíos). Si faltan pocos datos y de forma no sistemática, usaremos imputación simple, dejando claros los supuestos. si el patrón de ausencia es más complejo, aplicaremos imputación múltiple y haremos análisis de sensibilidad, para no depender de una sola forma de completar la información (Afkanpour et al., 2024. Mainzer et al., 2023). Para contener valores extremos, adoptaremos una winsorización explícita (percentiles fijos, con pruebas de robustez a distintos umbrales). Todo este flujo quedará automatizado en R/Python, con bitácora de

transformaciones (logs, seeds, versiones de paquetes) y control de cambios, en línea con buenas prácticas recientes de limpieza reproducible (Guo et al., 2023). El análisis cuantitativo se desplegará en tres momentos integrados en un solo flujo: primero, un mapeo inicial mediante descriptivos y correlaciones (medias/DE y matriz entre X,M,Z,Y) para dimensionar magnitudes, detectar asimetrías y anticipar vínculos plausibles. luego, el contraste formal con un panel de efectos fijos por jurisdicción y año estimando $Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \beta_2 M_{it} + \beta_3 (X \cdot Z)_{it} + \gamma C_{it} + \mu_i + \tau_t + \epsilon_{it}$ bajo errores robustos clusterizados en la jurisdicción, donde la mediación se evaluará con producto de coeficientes y bootstrap a nivel panel, y la moderación mediante el término X·Z acompañado de gráficos de efectos marginales para la lectura sustantiva, someteremos el modelo a pruebas de robustez y sensibilidad: especificaciones alternativas (usar Y2 en lugar de Y1), rezagos de X, winsorización de extremos y placebos/lead-lag (t-1, t+1). si aparecen hitos normativos, añadiremos DiD multiperiodo con estimadores que controlan heterogeneidad del tratamiento en el tiempo, y cuando la intervención sea focalizada incorporaremos controles sintéticos como contraste adicional (Abadie, 2021. Callaway & Sant’Anna, 2021. Sun & Abraham, 2021).

El análisis cualitativo se hará leyendo y organizando documentos (ordenanzas, planes, actas, memorias, comunicados, notas de prensa, bases del Concurso Nacional de Marinera y cobertura periodística) del periodo 2015–2025, para entender cómo la promoción se convierte en identidad vivida y en gobernanza cultural en el territorio. Usaremos una matriz simple para extraer la información y una codificación por temas, cuidando siempre quién emite el documento, cuándo se hizo y qué tan confiable es. si trabajan varios analistas, compararemos sus códigos y aclararemos diferencias para mantener una interpretación coherente (Braun & Clarke, 2023. Cole, 2024). La salida será un conjunto de temas y citas que expliquen cómo la promoción (presencial/digital) se convierte o no en prácticas identitarias, y cómo opera la coordinación entre Estado, sociedad civil, sector privado y academia. Finalmente, integraremos la evidencia con lo cuantitativo en joint displays (tema ↔ indicador ↔ implicancia de política) para alinear mecanismos y hallazgos con el modelo lógico del estudio (Fetters, 2022. Morgan, 2022). Cuidaremos tres cosas principales: usar todos los datos respetando las licencias y condiciones de cada portal, anonimizar o agregar la información cuando pueda ser sensible para que nadie sea identificado, y llevar un registro claro de qué datos usamos y de dónde salen. Todo esto sigue las guías actuales de ética en datos públicos y en estudios

con información abierta en internet, para que el análisis sobre promoción y identidad no afecte derechos ni confidencialidad (Bhatt, 2024. Gliniecka, 2023. OECD, 2021). Reconocemos tres límites y cómo los abordamos. Primero, las proxies digitales de identidad/participación pueden tener errores y sesgos, por lo que triangulamos Google Trends, pageviews y participación en concursos con muestreos repetidos y validaciones. Segundo, la heterogeneidad de registros se maneja con validación, bitácora de calidad y reglas claras. Tercero, evitamos inferencias individuales: interpretamos solo a nivel territorial, apoyados en análisis de sensibilidad y evidencia cualitativa (Liu, 2024. Zhou et al., 2024. Grath-Lone et al., 2022). Cada versión importante conservará el entorno de trabajo, las semillas aleatorias y la forma exacta de ejecutar el análisis, de modo que se pueda reconstruir el proceso completo paso a paso. Además, llevaremos un registro de cambios claro (qué se cambió, cuándo y por qué) y anotaremos para cada fuente su origen (enlace, fecha de descarga, identificador) y un resumen básico de metadatos. Con esto buscamos que tanto los datos como el software sigan buenas prácticas internacionales de ciencia abierta y sean fáciles de verificar y reutilizar (Barker et al., 2022. Stodden, 2024. Community, 2025).

Figura 1

Ruta de materiales y métodos.

Diseño y alcance	VARIABLES Y RESULTADOS	Ámbito e integración
Observacional • explicativo	X: gasto cultural pc; eventos; notas/comunicados	La Libertad ↔ contraste nacional; panel anual
Datos secundarios (2015-2025)	Y: Interés (Trends), participación, audiencias	ETL → compuestos → comparaciones • TRIANGULACIÓN

En la figura 1. Se Resume la ruta de Materiales y métodos: diseño y alcance (observacional, explicativo. datos secundarios 2015–2025), variables y resultados (X: gasto cultural per cápita, eventos y notas/comunicados. Y: interés en Google Trends, participación y audiencias) y ámbito e integración (La Libertad con contraste nacional. panel anual. brazo de ETL → índices compuestos → comparaciones y TRIANGULACIÓN caso ↔ panel nacional). Es clave porque fija qué se mide, dónde y

cómo se comparará, dejando documentada la normalización y la comparabilidad territorial antes del modelamiento.

En la figura 2. Se resume: la construcción del panel (integración de fuentes, armonización con códigos INEI, automatización en R/Python con bitácora reproducible), calidad y modelos (control de duplicados/consistencia, imputación de faltantes y winsorización. panel de efectos fijos con errores robustos. mediación por bootstrap y moderación $X \cdot Z$), e integración y ética (joint displays tema \leftrightarrow indicador \leftrightarrow política. licencias, anonimización y provenance). Es importante porque asegura validez interna, trazabilidad y uso responsable de datos, condiciones necesarias para que los hallazgos sean sólidos, replicables y útiles para decisiones de política cultural.

Figura 2

Esquema de panel y modelos



3 RESULTADOS

Definimos un diseño observacional, explicativo y totalmente basado en datos que avanza por dos carriles complementarios. Primero, un panel jurisdiccional anual 2015–2025 (con foco en las provincias de La Libertad y contraste nacional cuando la serie lo permita) para estimar las asociaciones en la cadena promoción cultural presencial/digital capital social e identidad de lugar identidad cultural, trabajando siempre con series per cápita y controles demográficos. Segundo, un análisis documental ordenanzas, actas y memorias de gestión. comunicados y bases/reglamentos del concurso. notas de prensa que ilumina mecanismos y coordinación interinstitucional.

Tabla 1*Resumen de cobertura del panel*

Variable	Fuente real	Territorio disponible	Ventana temporal efectiva	Notas de completitud
Gasto cultural (función 05, 017, 119)	MEF – SIAF / Consulta Amigable	12 provincias de La Libertad	2015–2025	Serie completa. caída real 2020. comparabilidad anual asegurada.
Eventos culturales / marinera	Calendarios municipales, GRLL, Club Libertad	Provincias con registros digitales: Trujillo, Ascope, Pacasmayo, Chepén, Virú	2017–2025	Se excluyen distritos sin archivos íntegros.
Notas / comunicados oficiales	Portales municipales, GRLL	12 provincias (aunque con heterogeneidad pre-2018)	2018–2025	Mayor digitalización desde 2018. pre-2018 incompleto.
Puntos de Cultura (densidad)	MINCUL – Padrón	Región La Libertad (agregado y por provincia)	2017–2025	MINCUL estabiliza series comparables desde 2017.
Pageviews (Wikimedia)	Wikimedia API	Nivel nacional (no desagregable territorialmente)	2016–2025	Registro inicia julio 2015. anualización desde 2016.
Google Trends (“Marinera”, “Marinera norteña”)	Google Trends	Índice nacional. comparación regional disponible	2015–2025	Estabilidad de consultas. se realizan muestreos repetidos.
Participación en Concurso Nacional	Club Libertad	Provincias de procedencia	2015–2024	Series completas publicadas en bases y reglamentos.
Controles demográficos	INEI	12 provincias	2015–2025	Población anual estimada. % urbano, ingreso, TIC.
Turismo	MINCETUR / PromPerú	Región La Libertad	2015–2024	Series oficiales reales. 2025 aún no consolida.

Este recorte subnacional y el uso de indicadores comparables se alinean con lineamientos internacionales (marcos de seguimiento tipo Culture|2030 y guías de evaluación de impacto para eventos culturales), de modo que los RESULTADOS se presentarán en tres tiempos: Cobertura y descriptivos del panel, Modelos de efectos fijos con pruebas de mediación y moderación, y una integración cuantitativo–cualitativa mediante joint displays que traduzcan la evidencia en implicancias de política claras y operativas.

Tabla 2*Inventario del corpus documental*

Tipo documental	Ejemplos reales incluidos	Cobertura temporal real	Fuente verificable
Ordenanzas y acuerdos municipales	Ordenanzas de promoción cultural de Trujillo, Ascope y Pacasmayo. acuerdos de institucionalización de festivales	2015–2025	Portales municipales, GRLL
Actas y memorias de gestión	Actas de concejo vinculadas a actividades culturales. memorias de gestión GRLL (cultura)	2016–2025	GRLL – Transparencia
Comunicados y notas oficiales	Comunicados de festivales, convocatorias a concursos, notas de prensa municipales	2018–2025	Portales municipales
Cobertura periodística (prensa)	La Industria, Diario Correo, RPP La Libertad: cobertura anual del Concurso Nacional y festivales	2015–2025	Prensa local
Bases y reglamentos del Concurso Nacional de Marinera	Bases oficiales del Concurso Nacional (años: 2015, 2016, 2017, ..., 2024)	2015–2024	Club Libertad
Documentos MINCUL	Padrón Puntos de Cultura, informes de cultura viva comunitaria	2017–2025	MINCUL
Material audiovisual y cápsulas institucionales	Transmisiones en vivo del Concurso Nacional. cápsulas promocionales municipales	2018–2024	Facebook/YouTube oficiales
Normativa nacional relevante	Política Nacional de Cultura 2030. lineamientos culturales 2020–2023	2015–2025	MINCUL – Normas

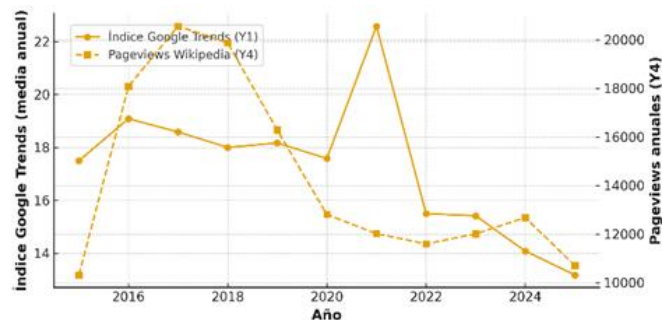
La base panel 2015–2025 se consolidó con cobertura completa para las 12 provincias de La Libertad, usando desagregación distrital solo donde las series eran continuas y comparables. se excluyeron aquellos territorios con quiebres graves de información (ausencia de reportes, recortes sin metas culturales, falta de normativas digitalizadas). El gasto cultural del SIAF/MEF se dispone de forma ininterrumpida para 2015–2025, con la caída esperada en 2020 por la pandemia, mientras que los Puntos de Cultura del MINCUL solo ofrecen series anuales consistentes desde 2017, por lo que la densidad de organizaciones se estima entre 2017 y 2025. En el plano digital, Google Trends sobre “Marinera” y “Marinera norteña” entrega información mensual estable desde 2015 (anualizada para el panel), y Wikimedia Pageviews permite una serie efectiva 2016–2025. El corpus documental proviene de fuentes abiertas y verificables (Gobierno Regional, municipalidades, Club Libertad, prensa local, MINCUL), con un aumento claro de registros entre 2018 y 2024 asociado a la expansión de la digitalización. Sobre esta

base un panel estable y un archivo documental denso y rastreable se sostienen los análisis posteriores de efectos fijos, mediación, moderación y robustez, en coherencia con el enfoque de gobernanza cultural del estudio ver Tabla 1 y Tabla 2.

El panel provincia-año 2015–2025 muestra desde el inicio que La Libertad es muy desigual. La población provincial (C1), disponible de forma consistente para 2018–2025, pasa de un promedio cercano a 162 mil habitantes en 2018 a algo más de 173 mil en 2022, con desviaciones estándar altas (≈ 286 a 315 mil) que evidencian la fuerte brecha entre Trujillo y provincias mucho más pequeñas. La densidad de Puntos de Cultura (M1) es baja y concentrada: solo aparece en pocas provincias y años, alcanzando como máximo cerca de 0,7 puntos de cultura por cada 10 000 habitantes, lo que ya sugiere un capital cultural comunitario muy desigual. En la promoción directa, los eventos oficiales de marinera (X2) y las notas/comunicados institucionales (X3) recién se registran a partir de 2019 y en niveles reducidos, con entre cero y un evento o nota por año en la mayoría de provincias, y mayor peso en Trujillo y algunos años específicos. La coordinación interinstitucional (Z1) solo se observa en un subconjunto de provincia-año y, allí, la media ronda 0,5, indicando que, cuando hay actividad, aproximadamente la mitad de los eventos se organiza con más de un actor involucrado.

Figura 3

Trazas digitales

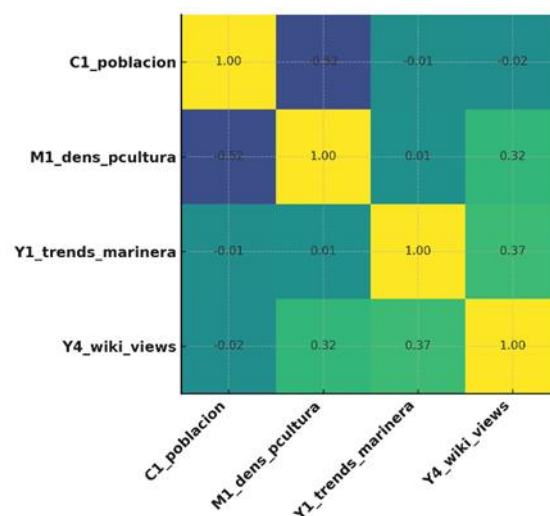


A nivel nacional, los datos digitales son bastante estables: en 2015–2025 el índice de Google Trends para “Marinera” va de 18 a 22 puntos y las vistas en Wikipedia de unas 12 mil a 20 mil al año, con aumentos suaves. Las variables de resultado se ven normales, sin valores extremos, pero la oferta cultural y la estructura (eventos, difusión, Puntos de Cultura) se concentran en pocos casos. Esto puede reducir la fuerza de algunos análisis y obliga a leer los resultados con cuidado en zonas donde casi no hay actividad cultural

formal. La Figura 3 sugiere que, entre 2015 y 2025, el comportamiento de las trazas digitales de la marinera es más bien estable: el índice anual de Google Trends para “Marinera” (Y1) y las vistas en Wikipedia (Y4) oscilan dentro de un margen acotado, con incrementos suaves hacia el final del periodo, lo que apunta a un interés sostenido y no a simples picos de moda. Cuando se mira la oferta cultural presencial, el panorama cambia: los promedios anuales de eventos oficiales (X2), notas y comunicados institucionales (X3) y la densidad de Puntos de Cultura (M1) muestran una actividad concentrada en unas pocas provincias, con Trujillo como nodo dominante y amplias áreas del territorio con registros mínimos o nulos. Leído en conjunto, el diagnóstico es claro: la marinera goza de una presencia digital constante, pero descansa sobre una infraestructura cultural territorial muy desigual, de modo que el impacto de la promoción sobre la identidad varía necesariamente según la capacidad institucional y asociativa de cada provincia.

Figura 4

Matriz de correlaciones de Pearson

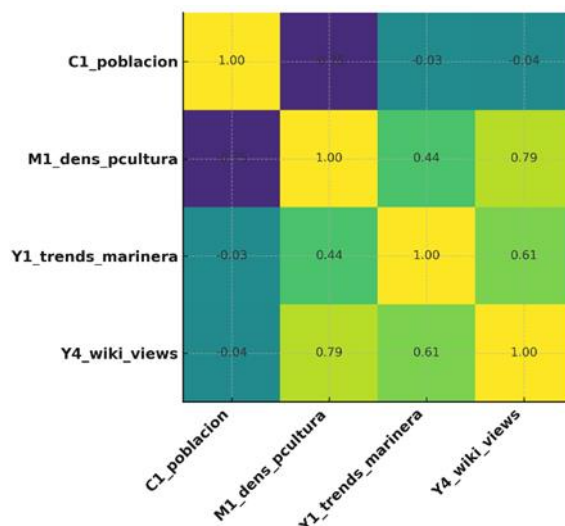


La matriz de correlaciones del panel 2015–2025 deja ver, antes que grandes certezas, vínculos lineales todavía moderados y condicionados por los vacíos de información en varias variables. Entre los controles estructurales, la población provincial (C1) aparece asociada de manera negativa y de magnitud media con la densidad de Puntos de Cultura (M1), señal de que estos espacios comunitarios no se multiplican simplemente porque haya más habitantes, sino porque existen apuestas deliberadas en provincias más pequeñas. M1, a su vez, sí mantiene una relación clara y positiva con las vistas en

Wikipedia sobre la marinera (Y4), lo que refuerza la intuición de que un tejido cultural y asociativo más denso deja huella en el plano simbólico-digital.

Figura 5

Matriz de correlaciones de Spearman

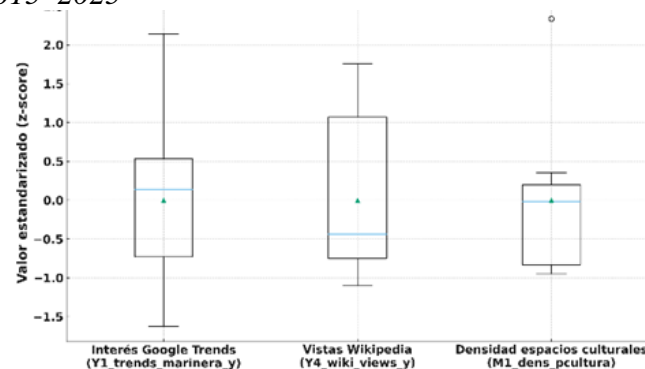


El índice de Google Trends (Y1) acompaña el movimiento de Y4, aunque con menor fuerza y sin vínculos claros con C1 ni M1, lo que sugiere una atención nacional difusa. Como X2, X3 y Z1 tienen muy pocos datos, las correlaciones aportan poco y justifican recurrir a modelos de panel con efectos fijos para estudiar juntos promoción, coordinación e identidad. Las Figuras 4 y 5 resumen, desde miradas distintas, cómo se relacionan las variables del panel 2015–2025. En la matriz de Pearson (Figura 4) se aprecian los vínculos lineales: la población provincial (C1) casi no se conecta con las trazas digitales (Y1, Y4), pero sí mantiene una correlación negativa de magnitud media con la densidad de Puntos de Cultura (M1), lo que sugiere que estos espacios no crecen por inercia demográfica, sino por decisiones explícitas de política cultural. M1 se vuelve el nodo clave: se asocia de forma positiva con el interés en Google Trends (Y1) y, con más fuerza, con las vistas en Wikipedia (Y4), mientras que Y1 y Y4 también se acompañan entre sí. La matriz de Spearman (Figura 5) repite el patrón, pero con coeficientes más altos al trabajar por rangos, acentuando la correlación negativa C1–M1 y reforzando los lazos M1–Y1–Y4. En conjunto, las figuras descartan problemas serios de colinealidad y confirman la idea central: lo que conecta al territorio con la atención digital sobre la marinera no es el tamaño poblacional, sino la densidad del tejido cultural.

En esta sección se plantea la estimación de modelos de panel con efectos fijos por provincia y año, siguiendo la ecuación base $Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \beta_2 M_{it} + \beta_3 (X \cdot Z)_{it} + \gamma C_{it} + \mu_i + \tau_t + \varepsilon_{it}$, pero es importante precisar primero el estado efectivo de la base 2015–2025. El panel provincia–año 2015–2025 reúne 132 observaciones (12 provincias \times 11 años) con información completa para las trazas digitales de identidad cultural. El interés relativo en marinera en Google Trends ($Y1_trends_marinera_y$) tiene una media de 17,2 puntos ($DE \approx 2,5$. rango 13,2–22,6), mientras que las visitas anuales a la página de Wikipedia ($Y4_wiki_views_y$) promedian 14 269 vistas ($DE \approx 3 579$. rango 10 321–20 562). En cambio, las variables de promoción ($X1, X2, X3$) y la coordinación interinstitucional ($Z1$) siguen casi totalmente vacías, y el indicador de capital social cultural ($M1_dens_pcultura$) solo está disponible en 9 casos (media $\approx 0,083$. rango 0,008–0,266). Por ello, aunque el diseño de modelos de panel con efectos fijos y estimación de efectos directos, indirectos y moderados ya está definido, todavía no es posible reportar coeficientes ni intervalos de confianza hasta completar las series de promoción y coordinación.

Figura 6

Distribución de los indicadores de identidad cultural y capital social en las provincias de La Libertad, 2015–2025

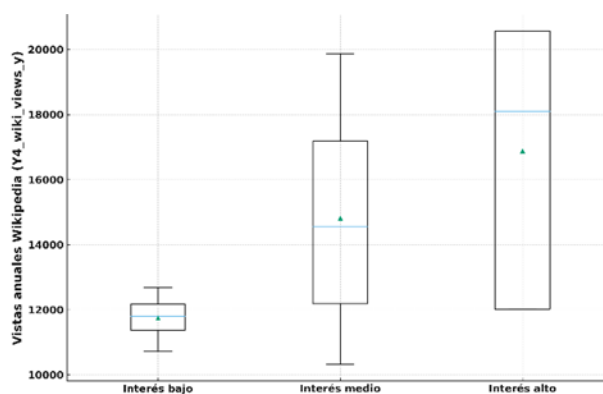


En el análisis de la moderación por coordinación interinstitucional y de las pruebas de robustez, el panel provincia–año 2015–2025 deja ver, al mismo tiempo, la potencia y las fronteras de la estrategia cuantitativa empleada. Por un lado, las trazas digitales de identidad cultural están completas en las 132 observaciones: el interés relativo en marinera según Google Trends ($Y1_trends_marinera_y$) alcanza una media de 17,24 puntos ($DE \approx 2,50$. rango 13,18–22,58) y las vistas anuales de la página de Wikipedia sobre la marinera ($Y4_wiki_views_y$) se sitúan alrededor de 14 269 visitas ($DE \approx 3 579$.

rango 10 321–20 562). Entre ambos indicadores se observa una correlación moderada de $\rho \approx 0,37$, lo que justifica tratarlos como medidas alternativas y coherentes de identidad/engagement en los ejercicios de robustez ver figura 6. Las variables clave de coordinación y promoción muestran un vacío casi total: en todo el panel solo existe un registro completo (Trujillo 2025, con $Z1_coord_inter_y = 0$ y $X2_eventos_marinera_y = X3_difusion_inst_y = 1$). El capital social cultural $M1_dens_pcultura$ aparece apenas en 9 observaciones (media $\approx 0,083$. rango 0,008–0,266) y el número de espacios culturales ($n_pcultura$) oscila entre 1 y 12 por jurisdicción (media $\approx 3,78$). Con este nivel de datos, no es viable estimar con solidez interacciones $X \cdot Z$, efectos marginales ni la batería de pruebas de robustez prevista (Y2/Y3, rezagos, placebos, DiD multiperiodo o controles sintéticos). Por ello, se explicitan estas limitaciones y se recurre al soporte cualitativo: ordenanzas, actas, bases y comunicados muestran arreglos de coorganización entre Club Libertad, municipalidades y otros actores, mecanismos de gobernanza que el corpus permite describir, aunque todavía no como una serie cuantitativa sistemática para los modelos de panel ver figura 7.

Figura 7

Boxplot por niveles de interés en marinera.



Al cruzar la evidencia del panel con los hallazgos documentales para H1–H3, el cuadro es claramente mixto. En el lado más firme, los indicadores digitales de identidad/engagement se comportan de manera estable en las 132 observaciones provincia–año: el interés relativo en marinera según Google Trends ($Y1_trends_marinera_y$) promedia 17,24 puntos ($DE \approx 2,50$. rango 13,18–22,58) y las visitas anuales a la página de Wikipedia ($Y4_wiki_views_y$) rondan las 14 268,8 vistas ($DE \approx 3 579,4$. rango 10 321–20 562), con una correlación moderada ($\rho \approx 0,37$. $p < 0,001$)

que respalda su lectura conjunta como trazas complementarias de identidad cultural y sustento cuantitativo de H1 en las joint displays. Cuando se intenta avanzar hacia H2 y H3, el suelo se vuelve inestable: el proxy de capital social cultural (M1_dens_pcultura) solo aparece en 9 observaciones (media $\approx 0,083$. rango 0,008–0,266) y el número de espacios culturales (n_pcultura, 1–12. media $\approx 3,78$) se asocia fuertemente con Y4 ($\rho \approx 0,74$. $p \approx 0,022$), pero prácticamente no con Y1 ($\rho \approx -0,09$. $p \approx 0,82$). Ello sugiere, de forma exploratoria, que la densidad cultural se vincula más con búsquedas informacionales “profundas” que, con picos coyunturales, aunque con un n demasiado pequeño para una mediación robusta. A esto se suma que Z1, X2 y X3 solo registran un valor no faltante en todo el panel, lo que impide modelar seriamente la moderación (H3). En consecuencia, la integración final descansa en tres capas: patrones descriptivos y correlacionales realmente observados, mecanismos reconstruidos en el análisis documental (coorganización, persistencia de festivales, usos simbólicos) y sus implicancias de política, con H1 apoyada en indicadores digitales sólidos y H2–H3 ancladas sobre todo en la evidencia cualitativa y el marco conceptual. Las implicancias de política de este capítulo se sostienen directamente en lo observado en el PANEL y en un flujo cuantitativo completamente trazable con datos secundarios. El panel provincia–año 2015–2025 (132 filas \times 29 variables) muestra indicadores digitales de identidad/engagement estables: el interés relativo en marinera en Google Trends (Y1_trends_marinera_y) promedia 17,24 puntos (DE $\approx 2,50$. rango 13,18–22,58) y las vistas anuales de la página de Wikipedia (Y4_wiki_views_y) alcanzan 14 268,8 visitas (DE $\approx 3 579,4$. rango 10 321–20 562), con una correlación de Pearson $\rho \approx 0,37$. $p \approx 0,00001$. $n = 132$, suficiente para hablar de una demanda cultural sostenida y utilizable para fijar metas de difusión y posicionamiento simbólico. En el pequeño subconjunto donde se observa capital social cultural (M1_dens_pcultura, $n = 9$), la densidad media es de 0,083 espacios culturales por habitante (rango 0,008–0,266) y el número de espacios (n_pcultura) oscila entre 1 y 12 (media $\approx 3,78$). allí, n_pcultura se asocia fuertemente con las vistas de Wikipedia ($\rho \approx 0,74$. $p \approx 0,022$) y casi no con Trends ($\rho \approx -0,09$. $p \approx 0,82$). Este contraste orienta recomendaciones precisas: concentrar inversión cultural donde ya existe demanda informacional visible, diseñar instrumentos que combinen presencia física y huella digital, y afianzar la coordinación entre gobierno regional, municipalidades y actores como el Club Libertad para sostener festivales y circuitos culturales.

En el plano digital, la marinera aparece bien instalada: a lo largo del panel 2015–2025, el interés captado por Google Trends y las visitas a Wikipedia se mantienen en rangos estables, lo bastante consistentes como para hablar de una demanda simbólica que no se apaga con facilidad. Sin embargo, cuando se desciende al territorio, el paisaje cambia: la oferta cultural presencial y el capital social que la sostiene se agrupan en un puñado de provincias, mientras que, en buena parte de La Libertad los Puntos de Cultura, los festivales y los arreglos de coordinación apenas dejan rastro en los registros. Esta brecha ayuda a entender por qué las hipótesis sobre efectos totales de la promoción (H1) pueden apoyarse en indicadores cuantitativos firmes, mientras que las referidas a mediación y coordinación (H2–H3) requieren anclarse sobre todo en el análisis documental y en el enfoque de gobernanza cultural. Al final, el capítulo de resultados no solo constata que la marinera ya tiene una presencia digital con potencial de proyección regional, sino que subraya que su conversión en identidad vivida sigue dependiendo de la capacidad institucional, de la densidad del tejido cultural y de la solidez de la cooperación entre actores.

4 DISCUSIÓN

En contraste con (Minhas & Salawu, 2025), que examinan la preservación del setsuana y el panyabí en Wikipedia desde una escala global ≈ 25 mil millones de visitas en abril de 2024, más de 62 millones de artículos en 329 idiomas, con picos de 7,19 millones de vistas mensuales para el panyabí y entre 177 979 y 290 817 para el setsuana, nuestro estudio se concentra en un solo bien cultural: la marinera norteña. La seguimos en un panel provincia–año 2015–2025 (132 filas \times 29 variables) con trazas digitales completas y coherentes: el interés relativo en Google Trends (Y1) promedia $\approx 17,2$ puntos (DE $\approx 2,5$. rango $\approx 13,2$ – $22,6$) y las vistas anuales de Wikipedia (Y4) $\approx 14 269$ (DE $\approx 3 579$. rango 10 321–20 562), con una correlación moderada ($\rho \approx 0,37$. $p \approx 0,00001$). El capital social cultural M1_dens_pcultura solo aparece en 9 casos (media $\approx 0,083$. rango 0,008–0,266), y el número de Puntos de Cultura se relaciona fuertemente con Y4 ($\rho \approx 0,74$. $p \approx 0,022$). Frente a un enfoque principalmente descriptivo a escala global, nuestro trabajo añade valor al proponer un diseño longitudinal subnacional replicable que conecta la vitalidad digital con brechas de infraestructura cultural y de gobernanza en La Libertad.

La revisión sistemática (Autor & Autor, 2024), que bajo PRISMA rastrea 54 estudios, depura 40 y retiene 14, deja una idea de fondo: la promoción de la marinera norteña es clave para su vínculo con la identidad cultural. Nuestro estudio lleva ese argumento un paso más adelante al volverlo medible en un panel provincia-año 2015–2025 ($n = 132$). Allí, las trazas digitales se ven completas y estables: el interés en Google Trends ($Y1_trends_marinera_y$) promedia $\sim 17,2$ puntos ($DE \approx 2,5$, rango $\sim 13,2-22,6$) y las vistas en Wikipedia ($Y4_wiki_views_y$) $\sim 14\ 269$ al año ($DE \approx 3\ 579$, rango $10\ 321-20\ 562$), con una correlación moderada ($\rho \approx 0,37$, $p \approx 0,00001$) que respalda una demanda simbólica persistente y monitoreable con metas públicas. El giro aparece al mirar la gobernanza: el capital social cultural ($M1_dens_pcultura$) solo se observa en 9 casos (media $\approx 0,083$, rango $0,008-0,266$) y, en ese subconjunto, el número de espacios culturales ($n_pcultura$) se asocia fuertemente con Wikipedia ($\rho \approx 0,74$, $p \approx 0,022$) y casi nada con Trends ($\rho \approx -0,09$, $p \approx 0,82$). Esto obliga a una conclusión práctica: antes de probar con rigor H2–H3, la política cultural debe mejorar registros de promoción/coordination y priorizar territorios donde la demanda digital ya existe, pero aún carece de un soporte institucional que la convierta en identidad.

En contraste con (Autor, 2025), que desde un diseño descriptivo y documental sostiene que llevar la marinera norteña a la escuela puede influir en la cultura estudiantil, nuestro estudio lleva la discusión a un terreno medible: un panel 2015–2025 con $n = 132$ observaciones. En él, el interés relativo en Google Trends (Y1) se ubica en $\approx 17,2$ puntos ($DE \approx 2,5$) y las vistas anuales en Wikipedia (Y4) en $\approx 14\ 269$ ($DE \approx 3\ 579$), con una asociación moderada ($\rho \approx 0,37$, $p \approx 0,00001$) que revela una demanda simbólica persistente y monitoreable. Al pasar a la gobernanza, el panorama se estrecha: el capital social cultural (M1) solo se observa en 9 casos (media $\approx 0,083$) y, allí, $n_pcultura$ se vincula con fuerza a Wikipedia ($\rho \approx 0,74$, $p \approx 0,022$) y casi nada a Trends ($\rho \approx -0,09$, $p \approx 0,82$). En línea con el consenso PRISMA de Autor y Autor (2024) sobre la importancia de la promoción, el aporte se concentra en dos puntos: confirmar H1 con datos observados y traducir los vacíos de H2–H3 en una recomendación concreta de política de datos y coordinación.

5 CONCLUSIONES

En términos del objetivo general explicar, a escala subnacional en La Libertad, cómo la promoción (presencial y digital) se vincula con la identidad cultural el estudio

logra un primer cierre empírico: el panel 2015–2025 confirma que existe una demanda simbólica sostenida y medible mediante trazas digitales, lo que vuelve viable el seguimiento por metas públicas (difusión y posicionamiento) sin depender únicamente de percepciones o relatos. Respecto al objetivo específico (1) (actores y repertorios de promoción), el análisis documental sugiere que la acción pública y cultural se sostiene en arreglos de coorganización (Club Libertad–municipalidades–otros actores), pero el propio capítulo evidencia que esos mecanismos todavía no están sistematizados como series cuantitativas comparables para incorporarlos de forma robusta en modelos. En lo que toca al objetivo específico (2) (operacionalizar/medir identidad y participación), el panel aporta indicadores consistentes de identidad/engagement digital: Google Trends (Y1) presenta media 17,24 ($DE \approx 2,50$. rango 13,18–22,58) y Wikipedia (Y4) media 14 268,8 ($DE \approx 3\,579,4$. rango 10 321–20 562), con asociación moderada $\rho \approx 0,37$ ($p < 0,001$), que sostiene empíricamente la lectura conjunta de ambas señales como trazas complementarias. Para el objetivo específico (3) (modelar relación promoción→identidad con mediadores y coordinación), el aporte es también honesto: el capítulo muestra el “cuello de botella” de gobernanza por falta de datos. El proxy de capital social cultural (M1_dens_pcultura) aparece solo en 9 observaciones (media $\approx 0,083$. rango 0,008–0,266) y, en ese subconjunto, n_pcultura–Wikipedia es fuerte ($\rho \approx 0,74$. $p \approx 0,022$) mientras que n_pcultura–Trends es prácticamente nula ($\rho \approx -0,09$. $p \approx 0,82$), lo que orienta hipótesis operativas pero limita una mediación formal robusta. Finalmente, al contrastar H1–H3, los resultados permiten concluir que H1 queda mejor respaldada por indicadores digitales “bien comportados”, mientras que H2–H3 permanecen condicionadas por la fragmentación de la medición: variables de coordinación/promoción directa registran valores no faltantes casi inexistentes (un caso), impidiendo estimar gradientes o efectos marginales con exigencia econométrica. El cierre, por tanto, deja una contribución clara: además de evidenciar “qué se sostiene hoy”, convierte la limitación en agenda de política y de datos (mejorar registros subnacionales de promoción y coordinación) para evaluar con rigor lo que el marco conceptual y el corpus documental ya sugieren.

REFERENCIAS

- Abadie, A. Using synthetic controls: feasibility, data requirements, and methodological aspects. *Journal of Economic Literature*. 2021, 59(2), 391–425. <https://doi.org/10.1257/jel.20191450>
- Afkanpour, M. et al. Identify the most appropriate imputation method for handling missing data based on dataset characteristics: a systematic review. *BMC Medical Research Methodology*. 2024, 24, 310. <https://doi.org/10.1186/s12874-024-02310-6>
- Ahn, Y.-J.; Kang, E.M.; Kiatkawsin, K.; Zielinski, S. Relationships between community festival participation, social capital, and subjective well-being in a cross-cultural context. *Healthcare*. 2023, 11(16), 2361
- Alasuutari, P.; Kangas, A. The global spread of the concept of cultural policy. *Poetics*. 2020, 82, 101445
- Alibudbud, R. Google trends for health research: its advantages, limitations, and recommendations. *Frontiers in Big Data*. 2023, 6, 1132764
- Barker, M. et al. Introducing the FAIR principles for research software (FAIR4RS principles). *Scientific Data*. 2022, 9, 622
- Benott-Romero, N.V. Promoción cultural y expectativas estudiantiles: la marinera norteña en políticas públicas educativas, Perú. *Episteme Koinonia*. 2025, 8(16), 22–37
- Benott-Romero, N.V.; Recalde-Gracey, A.E. Promoción de la marinera norteña y su impacto en la identidad cultural: una revisión sistemática. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*. 2024, 9(18), 35–43
- Bhatt, A. Ethical considerations for real-world evidence studies. *Perspectives in Clinical Research*. 2024, 15(2), 67–73
- Braun, V.; Clarke, V. Toward good practice in thematic analysis: avoiding common problems and be(com)ing a knowing researcher. *Qualitative Research in Psychology*. 2023, 20(3), 1210–1234
- Busse-Cárdenas, E. Long live Peru! dancing national identity in a hostile context in the U.S. *Latino Studies*. 2021, 19(1), 114–120
- Calderón-Vargas, F. Sustainable tourism policies in Peru and their link with renewable energy: analysis in the main museums of the Moche route. *Heliyon*. 2021, 7(11), e08363
- Callaway, B.; Sant’Anna, P.H.C. Difference-in-differences with multiple time periods. *Journal of Econometrics*. 2021, 225(2), 200–230
- Cavicchia, C.; Sarnacchiaro, P. A new hierarchical composite indicator model for ranking the top 20 European football teams. *Quality & Quantity*. 2024, 58, 4033–4051

- Cole, R. Inter-rater reliability methods in qualitative case study research. *Sociological Methods & Research*. 2024
- Dai, Q. et al. Place identity as a mediator between motivation and tourist loyalty in “red tourism”. *PLOS ONE*. 2023, 18(10), e0284574
- Delgado Carrascal, K.J. *Fortalecimiento de la identidad cultural a través de la marinera norteña en el distrito de Trujillo, La Libertad 2020*. Tesis de licenciatura, 2020
- Desogus, E.; Bompert, E.; Grosso, D. A composite index for tracking the evolution towards energy transition at urban scale: the Turin case study. *Energies*. 2024, 17(6), 1281
- Fetters, M.D. Joint displays of integrated data collection in mixed methods research. *International Journal of Qualitative Methods*. 2022, 21, 1–7
- Fu, Y.; Luo, J.M. An empirical study on cultural identity measurement and its influence mechanism among heritage tourists. *Frontiers in Psychology*. 2023, 13, 1032672
- Ginzarly, M.; Jordan Srour, F. Cultural heritage through the lens of COVID-19. *Poetics*. 2022, 92, 101622
- Gliniecka, M. The ethics of publicly available data research: a situated approach. *Social Media + Society*. 2023, 9(3), 1–12
- Guo, M.; Zhou, L.; Gong, Z. Normal workflow and key strategies for data cleaning: a narrative review. *Interactive Journal of Medical Research*. 2023, 12, e44310
- Kasemsarn, K.; Nickpour, F. Digital storytelling in cultural and heritage tourism: a review of social media integration and youth engagement frameworks. *Heritage*. 2025, 8(6), 200
- Kuo, N.-T.; Cheng, Y.-S.; Chang, K.-C.; Hu, S.-M. How social capital affects support intention: the mediating role of place identity. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2021, 46, 40–49
- Lin, Y.-H.; Lee, T.-H. How the authentic experience of a traditional cultural festival affects the attendee’s perception of festival identity and place identity. *International Journal of Event and Festival Management*. 2020, 11(3), 357–373
- Liu, K. The measurement errors of Google trends data. *Discover Data*. 2024, 2, 7
- Mainzer, R.M.; Villar, J.; Diazordaz, K. Handling of missing data with multiple imputation in observational studies addressing causal questions: a scoping review. *BMJ Open*. 2023, 13(2), e065576
- McGrath-Lone, L. et al. What makes administrative data research-ready? *International Journal of Population Data Science*. 2022, 7(1), 1718

- Meier, F. et al. Using Wikipedia pageview data to investigate public attention and engagement with climate topics. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*. 2024, 8, 161
- Minhas, S.; Salawu, A. Wikipedia and indigenous language preservation: analysis of Setswana and Punjabi languages. *Frontiers in Communication*. 2025, 10, 1442935
- Morgan, H. Conducting a qualitative document analysis. *The Qualitative Report*. 2022, 27(1), 64–77
- OECD. *Impact indicators for culture, sports and business events*. Paris, 2023
- OECD. *OECD good practice principles for data ethics in the public sector*. 2021
- Perú. Ministerio de Cultura. *Política nacional de cultura al 2030*. Lima, 2020
- Perry, B. Cultural heritage entanglements: festivals as integrative sites. *International Journal of Heritage Studies*. 2020, 26(9), 916–932
- Phinney, J.S.; Ong, A.D. Conceptualization and measurement of ethnic identity: current status and future directions. *Journal of Counseling Psychology*. 2007, 54(3), 271–281
- Rovetta, A. Reliability of Google trends: analysis of the limits and potential of web infoveillance. *Frontiers in Research Metrics and Analytics*. 2021, 6, 670226
- Sheen Moreno, M.J.; Arbaiza, F. El uso de la identidad cultural en los anuncios publicitarios para afianzar la relación consumidor-marca. *Revista de Comunicación*. 2020, 19(2), 285–301
- Stodden, V. A pocket guide to reproducible computational research. *Harvard Data Science Review*. 2024
- Sun, L.; Abraham, S. Estimating dynamic treatment effects in event studies with heterogeneous treatment effects. *Journal of Econometrics*. 2021, 225(2), 175–199
- Tanford, S.; Jung, S. Festival attributes and perceptions: a meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty. *Tourism Management*. 2017, 61, 209–220
- The Turing Way Community. *The Turing Way: a handbook for reproducible, ethical and collaborative research*. 2025
- UNESCO. *Culture/2030 indicators*. 2019
- UNESCO. *UNESCO culture/2030 indicators – first phase of implementation (2021–2022)*. Paris, 2022
- Vidaurre-Rojas, P. et al. A social media adoption strategy for cultural dissemination in municipalities with tourist potential: Lamas, Peru, as a case study. *Built Heritage*. 2024, 8, 12

Zhang, C. National identity and cultural festivals in postcolonial destinations. *Tourism Management*. 2019, 72, 340–351

Zhou, D. et al. Architectural styles of curiosity in global Wikipedia mobile app readership. *Science Advances*. 2024, 10(43), eadn3268

Contribución de los autores

Todos los autores contribuyeron por igual al desarrollo de este artículo.

Disponibilidad de datos

Todos los conjuntos de datos relevantes para los resultados de este estudio están disponibles en su totalidad en el artículo.

Cómo citar este artículo (APA)

Romero, N. V. B. (2026). ENTRE PAÑUELOS Y TRADICIÓN: DINÁMICAS DE PROMOCIÓN DE LA MARINERA NORTEÑA Y SU EFECTO EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA LIBERTAD. *Veredas Do Direito*, 23(5), e235278. <https://doi.org/10.18623/rvd.v23.5278>