

EFFECTOS DE LA MÚSICA CON CONTENIDO NACIONALISTA EN LA IDENTIDAD NACIONAL Y EN EL CLIMA EMOCIONAL DURANTE LA CRISIS SANITARIA POR LA COVID-19 EN EL PERÚ: UN ESTUDIO EXPERIMENTAL

MARCO CARRANZA¹, AGUSTÍN ESPINOSA¹ y MATHIAS SCHMITZ^{1,2}

1. Pontificia Universidad Católica del Perú; 2. Université catholique de Louvain (Bélgica)

marco.carranza@pucp.edu.pe

Resumen

Objetivo: la presente investigación tiene como objetivo analizar los efectos de una canción con contenido nacionalista en los componentes de la identidad nacional y clima emocional de los peruanos durante la crisis sanitaria por la Covid-19. **Método:** se realizó un estudio cuantitativo de tipo experimental y contó con la participación de 196 personas. Los participantes fueron asignados aleatoriamente a tres grupos experimentales con distintas condiciones musicales: canción con contenido nacionalista ($n=69$), canción con contenido neutro ($n=67$), canción sin contenido lírico ($n=60$). **Resultados:** en el contexto de la crisis sanitaria, no existen diferencias significativas en la valoración de los estímulos musicales, ni los efectos de los mismos en los indicadores de identidad nacional y clima emocional respecto a lo que se esperaba. **Conclusiones:** esto se discute desde los hallazgos de Schmitz y Espinosa (2014) sobre el tema de la disonancia en la información. En ese sentido, la canción con contenido nacionalista generó disonancia y por ende no tuvo impacto esperado en los indicadores de identidad nacional y clima emocional. Además, cabe resaltar que, la intensidad del estímulo musical no fue presentada de manera constante en un período prolongado, lo que podría haber mitigado su efecto.

Palabras clave: clima emocional, Covid-19, identidad nacional, música con contenido nacionalista, Perú.

Recibido: 17 de julio de 2021

Aceptado: 8 de noviembre de 2021

Publicado: 10 de diciembre de 2021



EFFECTS OF MUSIC WITH NATIONALISTIC CONTENT ON THE NATIONAL IDENTITY AND EMOTIONAL CLIMATE DURING THE COVID-19 HEALTH CRISIS IN PERU: AN EXPERIMENTAL STUDY

MARCO CARRANZA¹, AGUSTÍN ESPINOSA¹ y MATHIAS SCHMITZ^{1,2}

1. Pontificia Universidad Católica del Perú; 2. Université catholique de Louvain (Bélgica)

marco.carranza@pucp.edu.pe

Abstract

Objective: the purpose of this research was to analyze the effects of a song with nationalistic content on the components of national identity and emotional climate of Peruvian citizens during the Covid-19 health crisis.

Method: a quantitative experimental study was carried out with a sample of 196 participants. Participants were randomly assigned to three experimental groups with different musical conditions: song with nationalistic content (n=69), song with neutral content (n=67), song without lyrical content (n=60). **Results:** within the context of the health crisis, there were no significant differences in the assessment of musical stimuli, nor in their effects over the indicators of national identity and emotional climate with relationship to what was expected.

Conclusions: this is discussed through the findings of Schmitz and Espinosa (2014) on the subject of dissonance in information. In this sense, the song with nationalistic content generated dissonance and therefore did not have the expected impact on the indicators of national identity and emotional climate. In addition, it should be noted that the intensity of the musical stimulus was not presented constantly during a long period, which could have mitigated its effect(s).

Keywords: emotional climate, Covid-19, national identity, music with nationalistic content, Peru.

Received: July 17, 2021

Accepted: Nov. 8, 2021

Published: Dec. 10, 2021

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar los efectos de la exposición ante música con contenido nacionalista en la identidad nacional y el clima emocional de ciudadanos peruanos durante la crisis sanitaria de la Covid-19. Se propone el objetivo descrito porque la música es un medio cultural de comunicación, a través del cual se pueden compartir y expresar emociones, experiencias y significados tanto a nivel individual, como colectivo (Boer, 2009; Hargreaves et al., 2002; Jauset, 2008); lo que, además, puede impactar en diversos aspectos de las personas y los grupos a los que pertenecen, a través del desarrollo o refuerzo de identidades sociales y culturales (Bodner & Fradkin, 2013; North & Hargreaves, 1999; Tekman & Hortacsu, 2002). En ese sentido, el diseño explicativo de la presente investigación, consistirá en exponer a los participantes a un estímulo musical que varía según el grupo experimental, y que constituirá la variable independiente del estudio. Se espera que los diferentes estímulos musicales, produzcan efectos diferenciados en los indicadores de identidad nacional y clima social evaluados, los cuales constituirán las variables dependientes del estudio.

La identidad social es definida como “aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo o grupos sociales, junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia” (Tajfel, 1984, p. 292). En este escenario, la identidad nacional aparece como un subtipo específico de la identidad social, la cual se define como un sentimiento de pertenencia de un individuo hacia una nación (Byung-Jin, 2003; Espinosa, 2011). Cabe mencionar que algunas expresiones culturales como la gastronomía, el deporte y la música pueden resultar representativas de una nación y podrían ayudar a generar elementos que produzcan una mayor identificación y orgullo con relación a la misma (Espinosa, 2011; Espinosa & Calderón-Prada, 2009).

Partiendo de lo anterior, algunas investigaciones han trabajado sobre la música y su relación con el desarrollo y refuerzo de identidades colectivas. A modo de ejemplo, el estudio de Bodner y Bergman (2017) observó que existen dos días nacionales en el calendario judío-israelí, en los cuales se escuchan canciones con contenidos nacionalistas que conmemoran el sacrificio de soldados judíos en los conflictos bélicos vividos por el estado de Israel, encontrándose que la exposición a estas piezas musicales produce un sentido de identificación y orgullo con el país. En la misma línea, Neiger et al. (2011) encontraron que la escucha de canciones nacionalistas israelíes generaba un estado de ánimo positivo y de bienestar a la vez que incrementaba la valoración y el sentido de pertenencia hacia la nación.

Consistentemente con los estudios revisados, se aprecia la importancia de la música como dispositivo cultural que incrementa el sentido de pertenencia hacia diversos grupos sociales. Al respecto, Hamm (1983) encontró en un estudio con adolescentes, que estos suelen unirse a grupos según sus preferencias musicales; en simultáneo, se pudo apreciar que la música era un medio a través del cual los adolescentes compartían diversos elementos como valores, actitudes y opiniones que eran representativos del grupo de pertenencia y los diferenciaban de otros grupos.

Un estudio con jóvenes universitarios de la ciudad de Lima en Perú, analizó la influencia de algunos géneros musicales con contenidos andinos en la identidad nacional (Pacheco et al., 2017). Los resultados demostraron que, los géneros podían incidir positivamente en la identificación con el grupo nacional peruano cuando representaban elementos vinculados a un estatus social favorable o al mantenimiento de la tradición; sin embargo, si la música tenía un origen urbano-marginal (asociado al bajo estatus) o no mantenía elementos tradicionales de la música andina, la identificación con el país se veía negativamente afectada. Los autores del estudio atribuyeron estos resultados a las dinámicas de prejuicio y discriminación existentes en el país, que afectan a grupos de origen andino asentados en los sectores urbano-marginales de Lima, tras los procesos migratorios internos que ha vivido el Perú (Pacheco, et al., 2017). Lo anterior, es consistente con otros resultados que establecen que los prejuicios y estereotipos que se tienen sobre ciertos grupos sociales son asociados a los géneros musicales nacionales que estos mismos grupos producen o consumen (Romero, 2008). También en el Perú, Pacheco (2019) encontró una relación positiva entre tres géneros musicales tradicionales peruanos de distintas regiones y los componentes de la identidad nacional en dicho país. De esa forma, dichos géneros promueven en la audiencia, un sentido de orgullo e identificación con el país, y están asociados a un conjunto de afectos positivos.

Los estudios previamente citados muestran que la música no solo incide en la identidad, sino que elicitó estados de ánimo individuales y, es razonable pensar que también, colectivos. Sobre este segundo punto, la presente investigación se enfoca en el clima emocional, entendido como el conjunto de emociones colectivas que se ven influenciadas por situaciones sociales, políticas o económicas que son compartidas en un entorno particular (de Rivera, 1992; de Rivera & Páez, 2007). De esta manera, en una nación se pueden presentar diversas situaciones que generan un conjunto de climas emocionales, los cuales pueden ser divididos en positivos o negativos (de

Rivera, 1992; León & Espinosa, 2016; Páez et al., 2012). Por un lado, el clima emocional positivo se traduce en altos niveles de confianza, cooperación, satisfacción y conductas prosociales. Por otro lado, el clima emocional negativo se asocia a conductas donde prevalece el miedo, el temor y la incertidumbre a eventos que puedan ocurrir en una sociedad (de Rivera, 1992; Páez et al., 2012).

Como se ha establecido, las situaciones políticas y sociales inciden en el clima emocional de una sociedad. Al respecto, ante situaciones que producen un clima emocional negativo, Rimé et al. (2009) encontraron que las personas tienden a afrontar situaciones traumáticas y de crisis de manera colectiva a través de rituales. De esta manera, los rituales se traducen en componentes culturales que permiten a las personas concentrarse en temas comunes, compartiendo emociones y reforzando los vínculos sociales. Bajo esa premisa, un ritual puede convertir las emociones y creencias negativas en positivas. Por ejemplo, el rescate de los mineros en Chile el año 2010, generó en sectores de la sociedad chilena sentimientos de reciprocidad, apoyo, orgullo y pertenencia al grupo nacional (Hatibovic et al., 2016).

Asimismo, un estudio de Basabe et al. (2004) encontró que las emociones y sensaciones percibidas en situaciones de crisis pueden mantenerse con gran intensidad durante un tiempo prolongado. En efecto, en las manifestaciones de protesta contra los ataques terroristas del 11 de marzo del 2004 ocurridos en España, se generaron emociones como tristeza, enojo, desprecio y miedo. Sin embargo, dos meses después, las personas que compartieron experiencias y significados relacionados a conductas prosociales, de solidaridad y confianza consiguieron reinterpretar afectivamente la situación. Como resultado, se generó un sentido de cohesión grupal e identificación con la nación; a la vez que se reforzó la autoestima colectiva y mejoró el clima emocional percibiendo sensaciones positivas (Páez et al., 2012).

En este contexto, la música podría funcionar como un componente ritualista que genere, una mayor identificación y valoración positiva de la pertenencia a un grupo determinado, así como, una representación positiva de los miembros de este grupo; lo que podría considerarse un indicador de cohesión social (véase Van Vugt & Hart, 2004). Asimismo, existe evidencia de que algunos tipos de música tienden a producir una balanza de afectos positivos en las personas y grupos (p.e. Pacheco, 2019; Neiger et al., 2012). Bajo estas premisas, en situaciones de crisis, la música podría ayudar a expresar emociones y sensaciones que podrían ser compartidas por diversos

colectivos. A modo de ejemplo, la canción “El baile de los que sobran”, compuesta el año 1986 por el grupo de rock chileno Los Prisioneros, que expresaba la insatisfacción de un sector de la sociedad chilena debido a la desigualdad y a la falta de oportunidades en dicho país (Páucar, 2019), fue retomada y entonada durante las manifestaciones del 2019 contra el gobierno, constituyéndose como un símbolo colectivo, que representaba el sentir de quienes participaban en dichas protestas (El Tiempo, 2019). Por otra parte, la canción “Color Esperanza” surgió en el contexto de crisis política y económica ocurridas en Argentina en el 2001. La canción fue compuesta para transmitir a la sociedad un mensaje de esperanza, optimismo y superación de los tiempos difíciles (Doménech, 2019; Murcia, 2020). Cabe destacar que, en el presente contexto de la pandemia, se ha vuelto a interpretar la canción ejecutada por diversos cantautores con el fin de generar experiencias y sensaciones positivas, y de apoyo y unión latinoamericana (Organización Panamericana de la Salud, 2020).

El Perú no es ajeno al uso de la música como un dispositivo para la promoción de la cohesión social a través del fortalecimiento de identidad nacional. Así, en la década de los 70s, durante las fuertes crisis políticas que generaron diferencias sociales en la población, el gobierno militar de la época encargó la composición de canciones que representen a la nación como un ideal de unidad. Es así que surgieron canciones como “Y se llama Perú” y “Contigo Perú”, las cuales fueron compuestas con el objetivo de producir un sentido de orgullo nacional compartido y ayudar a construir una imagen más positiva de la nación (Bustamante, 2007; Lloréns, 1983). Recientemente, estas canciones fueron transmitidas en diversos medios mientras la selección peruana de fútbol se encontraba disputando los partidos de la Copa del Mundo Rusia 2018, situación que parece haber generado una balanza de emociones positivas y un mayor sentido de cohesión nacional (Amésquita, 2018; Cajachahua, 2018). Por lo tanto, en situaciones de éxito, como el ejemplo de la clasificación de la selección peruana al mundial en Rusia, se presume que la música con contenido nacionalista ayudaría a desarrollar un sentido de identidad nacional y mejorar el clima emocional nacional. Sin embargo, de los ejemplos previamente descritos se desprende una lógica especulativa sobre los efectos de la música, y más específicamente de sus contenidos líricos, en la cohesión social, a partir del refuerzo de la identidad nacional y de la mejora del clima emocional, puesto que no existen estudios sistemáticos que corroboren la existencia de esta relación, tanto en situaciones de éxito, cuanto en situaciones de crisis.

Considerando una situación de crisis, el presente estudio se enmarca en el contexto de pandemia por la Covid-19, que comenzó a finales del 2019 en China. En la actualidad, la Covid-19 constituye una crisis de salud global caracterizada por causar infecciones respiratorias y generar dolores físicos en el cuerpo (WHO, 2020a); asimismo, afecta el estado de ánimo de las personas y produce algunas emociones negativas, como miedo, desesperación, preocupación y desconfianza (Duan & Zhu, 2020). La crisis sanitaria producida por la Covid-19 se fue expandiendo y afectando a miles de personas alcanzado un estatus de pandemia durante el año 2020 (WHO, 2020b). Así, el 6 de marzo del 2020, se registra en el Perú el primer caso de la enfermedad (Estado Peruano, 2020). Con el transcurrir de los días, la situación empeoró debido al aumento de contagios; y, en consecuencia, el 15 de marzo, el Gobierno Peruano decretó el Estado de Emergencia a nivel nacional (Ravines, 2020; Romo, 2020).

Durante el desarrollo de la pandemia, a nivel mundial, el Perú ha sido considerado uno de los países más afectados por la misma en distintos niveles (BBC News Mundo, 2020). A nivel sanitario, el Sistema Nacional de Salud colapsó pues no se contaba con la suficiente cantidad de camas para cuidados intensivos, se agotaron los ventiladores mecánicos y las personas requerían con urgencia balones de oxígeno para sus familiares contagiados (Infobae, 2021). Hacia agosto del 2021, la situación sanitaria sigue siendo un gran problema, ya que el Perú comprende uno de los países con la mayor tasa de mortalidad a nivel mundial (198,167 personas fallecidas según cifras oficiales) (La República-Data, 2021). La pandemia también trajo consigo el colapso del sistema productivo nacional, lo que ocasionó una grave crisis económica que ha afectado a muchos ciudadanos. La crisis económica generó una alta tasa de desempleo, incrementó el porcentaje de trabajadores informales y varias empresas se declararon en quiebra agravando el panorama descrito (Díaz-Cassou et al., 2020; Instituto Peruano de Economía, 2020),

Frente a esta situación, algunas investigaciones sugieren que el empoderamiento de la comunidad, la manifestación de conductas prosociales y altruistas, y las expresiones de rituales colectivos pueden mejorar la balanza de afectos (Extremera, 2020; Gómez, 2020; Páez et al., 2012). En el caso peruano, algunos ciudadanos empezaron a realizar rituales colectivos, como, por ejemplo, entonar canciones nacionalistas desde sus ventanas y balcones, aparentemente con la finalidad de fomentar un sentido de cohesión y unidad nacional, generar emociones positivas y

brindar apoyo al personal sanitario y de las fuerzas armadas y policiales, durante el inicio de las medidas del estado de emergencia declaradas por el gobierno (Amaya, L.A., 2020; El Comercio, 2020; Dioses, 2020; Perú 21, 2020). Sin embargo, este componente ritualista fue decayendo paulatinamente y, se percibieron cambios en las conductas y emociones colectivas de la ciudadanía ante el inminente colapso sanitario y económico del país (Amaya, L.A., 2020).

A partir de la situación descrita, la presente investigación busca analizar, con un diseño experimental, cuál es el efecto de la exposición ante música (con contenido nacionalista, sin contenido nacionalista o sin contenido lírico), en indicadores de identidad nacional y clima emocional en el contexto de crisis sanitaria por la pandemia por la Covid-19 en el Perú. Para tal fin, se ha seleccionado como género musical para la intervención experimental, el vals criollo. De acuerdo con Pacheco (2019), el vals criollo puede considerarse un género musical tradicional y propio de los peruanos; e incluso, puede considerarse una de las expresiones musicales más representativas de lo que significa la música peruana (Romero, 2015).

De esta forma, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera estímulos musicales del género vals criollo (con contenido nacionalista, sin contenido nacionalista o sin contenido lírico) tienen un efecto en indicadores de identidad nacional y clima emocional en el contexto de la crisis sanitaria por la Covid-19 en el Perú? En base a ello, se tiene como objetivo general analizar los efectos de la música (con contenido nacionalista, sin contenido nacionalista o sin contenido lírico) en los componentes de la identidad nacional y en el clima emocional en el contexto de pandemia en el Perú. Como objetivos específicos se plantea analizar (1) el rol de la exposición ante la música con distintos contenidos en la identificación con la categoría social peruano, y (2) analizar el rol de la exposición ante la música con distintos contenidos en las dimensiones, positiva y negativa, del clima emocional. En base a ello, se plantea como hipótesis que la música con contenido nacionalista vista como un componente simbólico que representa positivamente a la nación, reforzará la identidad nacional y producirá un impacto positivo en las emociones colectivas fortaleciendo las emociones positivas y mitigando las negativas producidas por la exposición al contexto de la pandemia, en mayor medida que las expresiones musicales sin contenido nacionalista y sin contenido lírico.

MÉTODO

PARTICIPANTES

La muestra estuvo conformada por 196 personas entre 18 y 67 años ($M=27.06$; $DE= 9.98$), siendo 81 hombres (41.3%) y 115 mujeres (58.7%). La mayoría de los participantes nacieron en Lima Metropolitana (68.9%), seguido por los grupos de participantes nacidos en Lima Región (10.2%) o en otras regiones del país (20.9%). La distribución por nivel socioeconómico autopercebido (NSE) fue la siguiente: NSE alto (1.0%), NSE medio alto (21.9%), NSE medio (64.8%), NSE medio bajo (10.7%) y NSE bajo (1.5%).

Los participantes fueron asignados aleatoriamente en alguno de los tres grupos experimentales definidos para el presente estudio. Así, el primer grupo estuvo compuesto por 69 personas que fueron expuestas al estímulo musical vals criollo con contenido nacionalista ($M_{edad} = 27.29$, $DE=9.99$); el segundo grupo estuvo conformado por 67 personas que escucharon un vals criollo con contenido neutro ($M_{edad} = 26.25$, $DE= 9.75$); el tercer grupo, compuesto 60 personas y escucharon un vals criollo sin contenido lírico ($M_{edad} = 27.70$, $DE= 10.31$). En relación con las variables demográficas sexo, edad y nivel socio-económico auto-reportado, no se aprecian diferencias entre los grupos por condición experimental. Algo similar se aprecia con los indicadores de gusto por el género musical presentado (vals criollo) y de importancia de la música en la vida de los participantes, pues tampoco se encontraron diferencias significativas entre los grupos experimentales en estas variables. En ese sentido, con relación a las variables socio-demográficas y de control utilizadas en el estudio, se puede afirmar que los grupos son homogéneos.

Por último, es pertinente precisar que los participantes accedieron a la investigación teniendo en cuenta las consideraciones éticas propias de la investigación en Psicología. De esa manera, se aseguró la participación voluntaria a través del consentimiento informado. Además, se enfatizó que toda la información obtenida de las respuestas de los participantes sería estrictamente confidencial y no sería utilizada para otro propósito que no sea académico.

MATERIALES E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Para la recolección de datos se utilizaron diversos materiales e instrumentos de medición orientados a dar respuesta a los objetivos de la presente investigación.

Ficha de datos: Se tuvo una ficha de datos, en el cual se obtuvieron los datos sociodemográficos, como la edad, el género, la región de nacimiento y el nivel socioeconómico de los participantes, pero, además, se preguntó acerca de su formación musical y de la importancia musical en sus vidas.

Estímulos musicales: Se utilizaron canciones que son comprendidas en el género musical vals criollo para cada condición experimental. Un grupo escuchó una canción con contenido lírico nacionalista, la cual fue Contigo Perú, cuya letra refleja sentimientos nacionalistas, de amor hacia la patria y del ideal de unidad nacional (condición musical con contenido nacionalista). Otro grupo escuchó la canción Fina Estampa, caracterizada por una historia familiar que demuestra admiración de la intérprete hacia su padre cuando este paseaba con ella por la ciudad (condición musical con contenido neutro). Un último grupo escuchó una composición musical sin contenido lírico obtenida de la investigación de Pacheco (2019) (condición musical sin contenido lírico). Cabe resaltar que todos los estímulos musicales, además del género, estuvieron estandarizados en el tiempo y la tonalidad musical.

Actitudes hacia la música: Se utilizó la escala elaborada por Pacheco (2019). Esta cuenta con 14 ítems, los cuales están divididos en dos dimensiones: imagen del país ($\alpha = .90$) y gusto e interés por la música ($\alpha = .90$). Cuenta con un formato de respuesta de tipo Likert del 1 al 4, donde 1 es “totalmente en desacuerdo” y 4 es “totalmente de acuerdo”.

Grado de identificación con el Perú: Para la medición de esta variable se utilizó la escala de nivel de identificación con el Perú (Espinosa, 2011). Esta cuenta con un solo ítem que plantea la siguiente pregunta: “¿Cuál es su grado de identificación con el Perú?”; la cual consta con un formato de respuesta de escala de tipo Likert con 4 opciones que van desde del 1 igual a “nada” hasta el 4 igual a “mucho”.

Escala de Autoestima Colectiva Peruana: Se utilizó la escala adaptada al castellano y al contexto peruano por Espinosa (2011) de la sub-escala de autoestima privada de Luhtanen y Crocker (1992). El cuestionario consta de cuatro ítems y cuenta con un formato de respuesta de escala Likert que van

desde del 1 igual a “totalmente en desacuerdo” hasta el 4 igual a “totalmente de acuerdo”. La confiabilidad de esta medida fue buena ($\alpha = .87$).

Escala de Auto estereotipos Nacionales: Se utilizó la escala elaborada por Espinosa et al., (2016). Está conformada por una lista de 19 adjetivos positivos con sus respectivos antónimos asociados con otros componentes de la identidad nacional: el grado de identificación y la autoestima colectiva peruana. El formato de respuesta es de tipo Likert del 1 al 4. La escala cuenta con 4 dimensiones; sin embargo, para la investigación solo se utilizaron 3 de las mencionadas: calidez ($\alpha = .73$), competencia ($\alpha = .72$) y moralidad ($\alpha = .86$).

Escala de Clima Emocional: Se utilizó la Escala Clima Socio-Emocional de Rivera (1992) adaptado al contexto peruano por Freire (2012). La escala consta de 22 ítems, los cuales se encuentran agrupados en dos dimensiones: Clima emocional positivo y Clima emocional negativo. La escala de respuesta es de tipo Likert, del 1 al 4, donde 1 es “nada” y 4 es “bastante”. Se utilizaron el clima emocional positivo y clima emocional negativo, ya que obtuvieron una buena consistencia interna para cada dimensión: clima emocional positivo ($\alpha = .75$) y clima emocional negativo ($\alpha = .83$).

PROCEDIMIENTO

En primer lugar, para la elección de los estímulos musicales se hizo una revisión teórica y se consultó con un grupo de cinco expertos con formación musical para determinar si las piezas musicales al ser utilizadas cumplían con determinados requisitos de comparabilidad. En ese sentido, se escogió inicialmente la canción Contigo Perú, una canción popular cuyo contenido representa a la nación, al orgullo nacional y a la identificación con el país para la condición de música con contenido nacionalista. Para la condición musical sin contenido nacionalista, se construyó un listado de cinco canciones, de las cuales, el grupo de expertos escogió por unanimidad la canción Fina Estampa, ya que presenta el mismo grado de popularidad que Contigo Perú, pero su contenido es claramente neutro en relación con la representación del país.

En un segundo momento, se procedió a una validación de los estímulos musicales a través de un estudio piloto de manera digital con 18 personas en un ejercicio contrabalanceado, con el fin de reconocer si los estímulos musicales corresponden a las características de la investigación: (1) el género musical al cual pertenecen, (2) el gusto musical que producen, (3) el orgullo

nacional que generan, (4) representación positiva de peruanidad, (5) amor hacia la patria, y (6) posee contenido nacionalista. En ese sentido, los resultados demostraron que, si bien ambas canciones pertenecen al mismo género musical de vals criollo y que además son de agrado musical para los oyentes, la canción con contenido nacionalista puntúa significativamente más alto en las demás dimensiones evaluadas. Es decir, el contenido lírico de Contigo Perú demuestra mayor orgullo nacional, representatividad positiva de peruanidad, de amor hacia la patria y claramente posee un contenido nacionalista.

En un tercer momento, se procedió a indagar alguna canción del género, sin contenido lírico, que contenga la misma temporalidad, tonalidad musical y que pertenezca al mismo género musical que las canciones previamente mencionadas. Es así que, se hizo una revisión exhaustiva y se decidió escoger uno de los estímulos musicales de la investigación realizada por Pacheco (2019).

Posteriormente, se procedió a digitalizar la versión final del cuestionario por medio de la plataforma virtual *Qualtrics*, la cual produce un enlace que, al ser compartido con los participantes, aleatoriza automáticamente la asignación de los mismos a alguno de los tres grupos experimentales del estudio (canción con contenido nacionalista, canción sin contenido nacionalista o canción sin contenido lírico).

La estructura del cuestionario comprendía un primer conjunto de preguntas que indagaban características socio-demográficas y de control. En un segundo momento los participantes eran expuestos al estímulo musical que aleatoriamente les había sido asignado. En un tercer momento, se respondían las escalas que contenían los indicadores de identidad nacional y clima emocional, así como, una escala de actitudes hacia la música. En ese sentido, el estudio puede considerarse un diseño experimental con 3 condiciones (música con contenido nacionalista, música sin contenido nacionalista o música sin contenido lírico) y un post-test, comprendido por los indicadores de identidad nacional, clima emocional y actitudes hacia la música, que constituían las variables dependientes del estudio.

Cabe resaltar que, la encuesta fue compartida en diversas redes sociales con el fin de obtener diversidad en el perfil de los participantes y fue realizada durante los meses de agosto y septiembre del 2020, cuando el Perú seguía con medidas parciales de aislamiento social y de cuarentena, aunque estas medidas ya no eran cumplidas exhaustivamente por amplios sectores de

la ciudadanía (Diario La República, 2020), observándose de hecho una predisposición a la transgresión, como una forma de desafío a la autoridad o por la necesidad de salir a buscar elementos para asegurar la subsistencia (Amaya, L., 2020; Chaparro, 2020).

RESULTADOS

ACTITUDES HACIA LA MÚSICA

En un primer momento, se analizaron las diferencias en las actitudes hacia la música para las tres condiciones mediante un ANOVA. En ese sentido, no se encontraron diferencias para ninguna de las dos dimensiones de la escala. De esa manera, se observan las siguientes puntuaciones en la dimensión de Imagen del País para el grupo con contenido nacionalista ($M=3.52$; $DE=.52$), para el grupo sin contenido nacionalista ($M=3.49$; $DE=.39$); y para el grupo sin contenido lírico ($M=3.53$; $DE=.57$) ($p=.85$). Por otro lado, para la dimensión Gusto e Interés por la música, se presentaron los siguientes datos: En el grupo con contenido nacionalista ($M=2.96$; $DE=.67$); en el grupo sin contenido nacionalista ($M=2.89$; $DE=.61$); y en el grupo sin contenido lírico ($M=2.84$; $DE=.64$) ($p=.60$). En línea con lo esperado, estos resultados muestran que la asignación aleatoria de los participantes a las tres condiciones experimentales fue exitosa y que el interés o gusto por la música en los participantes dan cuenta de la comparabilidad de los grupos experimentales en esta materia.

IDENTIFICACIÓN CON EL PAÍS, AUTOESTIMA COLECTIVA Y AUTO ESTEREOTIPOS NACIONALES

Se analizaron las diferencias en el grado de identificación con el Perú para las tres condiciones mediante una comparación de medias para muestras relacionadas. En ese sentido, no se encontraron diferencias significativas entre condiciones: el grupo con contenido nacionalista ($M=3.16$; $DE=.720$); el grupo sin contenido nacionalista ($M=3.15$; $DE=.82$), en el grupo sin contenido lírico ($M=3.15$, $DE=.77$) ($p=.99$). De la misma manera, se analizaron las diferencias en la autoestima colectiva para las tres condiciones mediante un ANOVA. No se encontraron diferencias significativas en ninguno de los grupos: contenido nacionalista ($M=3.18$, $DE=.65$); sin contenido nacionalista ($M=3.29$, $DE=.70$), y sin contenido lírico ($M=3.39$, $DE=.56$) ($p=.19$).

En relación a los auto estereotipos asociados a la categoría peruano, se analizaron las diferencias para las tres dimensiones y no se encontraron

diferencias significativas en ninguna de ellas. Para la dimensión de calidez, el grupo con contenido nacionalista ($M= 3.04$; $DE=.49$), el grupo sin contenido nacionalista ($M=3.11$; $DE=.56$), el grupo sin contenido lírico ($M=3.13$; $DE=.50$) ($p= .62$). En cuanto a la dimensión de moralidad, el grupo con contenido nacionalista ($M=2.16$; $DE= .48$), el grupo sin contenido nacionalista ($M=2.18$; $DE=.61$), el grupo sin contenido lírico ($M=2.31$; $DE= .52$) ($p= .25$). Finalmente, en cuanto a la dimensión de competencia, el grupo con contenido nacionalista ($M=3.16$; $DE=.40$), el grupo sin contenido nacionalista ($M=3.15$; $DE=.46$), el grupo sin contenido lírico ($M=3.18$; $DE=.52$) ($p= .94$).

CLIMA EMOCIONAL

Por otro lado, se analizaron las diferencias en la escala de clima emocional (de Rivera, 1992) mediante un ANOVA, sin encontrarse diferencias entre grupos. Por un lado, el clima emocional positivo en el grupo con contenido nacionalista ($M=2.19$; $DE=.38$), el grupo sin contenido nacionalista ($M=2.11$; $DE= .38$), el grupo sin contenido lírico ($M=2.16$; $DE=.36$) ($p= .46$). Por otro lado, en el clima emocional negativo, el grupo con contenido nacionalista ($M=3.32$; $DE=.43$), el grupo sin contenido nacionalista ($M=3.34$; $DE=.39$), y el grupo sin contenido lírico ($M=3.37$; $DE=.39$) ($p=.79$).

De manera complementaria se realizaron comparaciones de medias a través de una prueba T de muestras relacionadas para conocer si existían diferencias entre clima emocional positivo y negativo. En efecto, se observó la prevalencia del clima emocional negativo sobre el positivo indistintamente de la condición musical, lo que es consistente con la situación de crisis que experimentaba el país al momento del levantamiento de la información.

RELACIONES ENTRE ACTITUDES HACIA LA MÚSICA Y LOS COMPONENTES DE LA IDENTIDAD NACIONAL

Para conocer la asociación entre las actitudes hacia la música y los distintos componentes de la identidad nacional y el clima emocional, se realizaron diferentes análisis de correlación. Para ello, se decidió segmentar las tres condiciones experimentales para conocer si existían diferencias en los patrones de relación al interior de las mismas. Los resultados muestran de manera específica que, en el grupo sin contenido nacionalista se observa una correlación mediana entre la dimensión gusto e interés por la música y la autoestima colectiva ($r= .37$). Algo muy similar ocurre en el caso de la

condición con contenido nacionalista, pero con una característica particular que se diferencia de las otras condiciones musicales. Se presenta una correlación mediana entre el grado de identificación con el gusto e interés por la música ($r = .44$) y en la autoestima colectiva también con el gusto e interés por la música ($r = .43$).

DISCUSIÓN

La presente investigación tenía como hipótesis central que la exposición a música con contenido nacionalista produciría puntuaciones más altas en las dimensiones de la identidad nacional y el clima emocional positivo, y más bajas en el clima emocional negativo, en comparación con estímulos musicales sin contenido nacionalista o sin contenido lírico, en el contexto de la crisis sanitaria por la Covid-19 en el Perú. A nivel general, los resultados muestran que no existen diferencias significativas en ninguna de las variables dependientes tras la exposición de los participantes a alguna de las tres condiciones experimentales.

Un análisis de los factores que pudieron haber influenciado en los resultados del presente estudio sugiere que, contra lo esperado, la canción con contenido nacionalista no produjo mayor sentido de identidad, orgullo o una imagen positiva del grupo nacional peruano, pues su contenido lírico resultaba disonante con lo que el país venía atravesando por la crisis sanitaria y sus consecuencias. Al respecto, hace unos años, un estudio de Schmitz y Espinosa (2014), mostraba cómo la campaña de construcción de la denominada marca país en el Perú, caracterizada por un discurso que ensalzaba aspectos positivos del Perú y los peruanos, era sensible a ser afectada por información inconsistente con la narrativa propuesta, que daba cuenta de una realidad social distinta a la que dicha campaña intentaba mostrar. Encontrando, además que la disonancia en la información afectaba negativamente algunos componentes de la identidad nacional que supuestamente se deberían haber visto reforzados con la estrategia comunicacional. En el contexto de la presente investigación, debido a los problemas sociales que ha enfrentado la ciudadanía en el Perú, ha sido frecuente observar acciones en las que las personas han priorizado sus propias necesidades individuales, en desmedro de la construcción de acciones orientadas a garantizar el bienestar común. Así, por ejemplo, se fueron observando incrementos en conductas transgresoras por necesidad como acudir a lugares con aglomeración de personas y el incumplimiento de algunas medidas básicas de cuidado, etcétera (Amaya, L., 2020; Pighi, 2020a). Más grave aún, se encuentran

ciertas conductas transgresoras como juntarse con los amigos en actividades sociales que no estaban permitidas pero que eran difícilmente controlables por las fuerzas del orden (Chaparro, 2020). Resultando, este escenario de crisis como una muestra omnipresente de la falta de cohesión y desapego de los peruanos a la construcción del bien común, lo que en perspectiva es totalmente inconsistente con el contenido de la letra de la canción con contenido nacionalista (Contigo Perú). Sin embargo, algunos estudios sobre identidad nacional peruana sugieren que cuando se presenta un estímulo representativo del Perú como la gastronomía, la música, las costumbres y tradiciones en un escenario favorable, los peruanos se sienten más motivados a tener un concepto positivo del país (Espinosa & Calderón-Prada, 2009; Schmitz & Espinosa, 2014), esto último invita a pensar, si el efecto de una tema como Contigo Perú sería positivo, a diferencia de lo observado en el contexto de crisis que enmarca el presente estudio, si las circunstancias de logro o celebración como la de los éxitos deportivos descritos en el acápite conceptual del presente trabajo fueran salientes.

Sobre esto último, los análisis de correlación procesados al interior de cada grupo experimental dan indicios de que la consistencia entre el contenido de una narrativa nacionalista (en este caso el contenido de Contigo Perú) y el proceso psicológico que intenta apuntalar (en este caso dimensiones de la Identidad Nacional) en un escenario de interpretación más específico sí parecen relacionarse semánticamente. Así, solo en el grupo de personas que escucharon Contigo Perú, el gusto e interés por la canción se asociaba a más identificación y mayor autoestima colectiva con el grupo nacional (Amaya, L.A., 2020; Pacheco, 2019).

Ahora bien, en un segundo momento, los resultados tampoco muestran los efectos hipotetizados para el clima emocional. De hecho, a nivel descriptivo, los resultados muestran una prevalencia del clima negativo sobre el positivo en la totalidad de la muestra e independientemente del grupo experimental al que se pertenezca. Esto último es consistente con la experiencia de crisis que al momento del levantamiento de la información venían atravesando los peruanos, especialmente en el caso de aquellos en situación de vulnerabilidad social y económica (Pighi, 2020a; 2020b; Amaya, L., 2020).

Para entender los resultados de manera general, es importante precisar que el contexto social en el cual se ejecutó el estudio fue deteriorándose vertiginosamente por la crisis sanitaria, lo que produjo una transición de conductas que durante los primeros meses de la pandemia, suponían la

participación en rituales sociales, como aplausos o entonación de canciones como Contigo Perú desde los balcones y ventanas de las casas, en modo de agradecimiento al personal de primera línea que se encontraba afrontando la crisis (El Comercio, 2020; Perú 21, 2020); a conductas de transgresión por la necesidad, el desinterés o el hartazgo de importantes sectores de la ciudadanía; lo que venía acompañado del colapso del sistema sanitario y productivo del país sumergiéndolo al mismo en una crisis sin precedentes en las últimas dos décadas. Quizás, en un primer momento, los rituales hayan generado optimismo, entusiasmo, esperanza e incluso pudieron haber mejorado algunos indicadores identitarios. Sin embargo, la aplicación del estudio se realizó cuando estos rituales ya habían dejado de darse. A esto se le suma que a partir del mes Junio, las noticias daban cuenta que las estrategias que buscaban controlar la Covid-19 no estaban resultando como se esperaba, la situación empeoraba, no había una solución clara y la información seguía siendo negativa y el panorama hacia futuro se tornaba muy pesimista (BBC News Mundo, 2020; Bloomberg, 2020; Pighi, 2020b).

También es importante resaltar que la información que se brindó durante los meses del Estado de Emergencia en el Perú fue, en sí misma, inconsistente con los hechos. Así, en los primeros meses de la coyuntura sanitaria el país era representado por los medios de comunicación como un escenario ejemplar a nivel latinoamericano; pues de manera casi inmediata, el Estado peruano ejecutó diversas normas, reglas y medidas sanitarias para evitar la propagación del virus (Castro, 2020; Pugley, 2020). Sin embargo, debido a la estructura social del país se incrementó la tasa de fallecidos, de desempleo y de deserción escolar agravando aún más la crisis y debilitando esa imagen positiva que se tenía a inicios de la pandemia (Diario Gestión, 2020; La Vanguardia, 2020).

Finalmente, algunas limitaciones del estudio, y los efectos observados, se encuentran relacionadas al diseño del mismo por: (1) la intensidad de la exposición ante el estímulo musical y, (2) no haber considerado un grupo de control sin exposición alguna a estímulo musical. En el primer caso, se considera que, en esta coyuntura sanitaria, posiblemente el estímulo no fue lo suficientemente potente para que tenga efecto en los indicadores evaluados. Sobre este punto, se podría asumir que ante una situación de crisis como la de la pandemia, una canción con contenido nacionalista no necesariamente tendría un impacto positivo en el incremento de los indicadores de identidad nacional y de clima emocional, menos aún, si su exposición es temporalmente limitada y no reiterada.

A modo de conclusión, se deben considerar los resultados obtenidos pese a que no fueron significativos. En primer lugar, se observó que una canción con contenido nacionalista no genera efectos en la identidad nacional de los peruanos cuando se encuentran en un contexto de crisis, como la pandemia. En segundo lugar, no se percibieron cambios en las emociones colectivas. Como se mencionó anteriormente, durante los meses de Emergencia Sanitaria, la información ha sido inconsistente, no se han observado mejoras a nivel nacional y la estructura social del país sigue atravesando por una fuerte crisis en la cual no se observan cambios favorables de cara al futuro. Por último, se propone continuar esta línea de investigación, con el fin de conocer la eficacia de una intervención artística sobre la base de algún indicador de exaltación nacional en una situación de crisis. Como se mencionó en la introducción, algunas canciones, como “Color Esperanza” posiblemente hayan generado sentimientos de esperanza y optimismo en contextos de crisis socio-política. Sin embargo, no existen estudios sistemáticos sobre el posible efecto positivo o negativo que generó el estímulo musical en los indicadores identitarios y emocionales de los argentinos en ese contexto.

REFERENCIAS

- Amaya, L.A. (3 de abril de 2020). Contigo Perú: la canción de la dictadura entonada en tiempos de coronavirus. *Punto Seguido*. <https://puntoseguido.upc.edu.pe/contigo-peru-la-cancion-de-la-dictadura-entonada-en-tiempos-de-coronavirus/>
- Amaya, L. (2020). Cuando el virus no es el único enemigo. En Asensio, R. (Ed.), *Crónica del Gran Encierro* (págs. 1-195). Instituto de Estudios Peruanos. <https://iep.org.pe/wp-content/uploads/2020/06/Cr%C3%B3nica-del-Gran-Encierro-1.pdf>
- Amésquita, D. (17 de agosto de 2018). Contigo Perú, después del Mundial. *Voz Actual*. <https://www.vozactual.com/contigo-peru-despues-del-mundial/>
- Basabe, N., Páez, D., y Rimé, B. (2004). Efectos y procesos psico-sociales de la participación en manifestaciones después del atentado del 11 de Marzo. *Ansiedad y Estrés*, 10(2-3), 247-263.
- BBC News Mundo. (26 de noviembre de 2020). *Coronavirus: los mejores y peores países donde pasar la pandemia*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55048757>
- Bodner, E., & Bergman, Y. S. (2017). The power of national music in reducing prejudice and enhancing theory of mind among Jews and Arabs in Israel. *Psychology of Music*, 45 (1), 36-48.

- Bodner, E., & Fradkin, D. (2013). Tearful oriental songs and the role they play among adolescents. *Psychology of Music*, 41, 329-349.
- Boer, D. (2009). *Music makes the people come together: Social functions of music listening for young people across cultures* [Tesis doctoral]. Victoria University of Wellington.
- Bloomberg. (20 de agosto de 2020). El contagio de coronavirus en Perú es el peor del mundo. *El Portafolio*. <https://www.portafolio.co/internacional/el-contagio-de-coronavirus-en-peru-es-el-peor-del-mundo-543815>
- Bustamante, E. (2007). Apropiaciones y usos de la canción criolla (1900-1939). *Contratexto*, (15), 165-188.
- Byung-Jin, L. (2003). Education and National Identity. *Policy Futures in Education*, 1 (2), 332-341. <https://doi.org/10.2304/pfie.2003.1.2.9>
- Cajachahua, D. (04 de julio de 2018). Revelan por qué 'Contigo Perú' sonaba antes de los partidos de Perú. *Diario La República*. <https://larepublica.pe/tendencias/1272913-revelan-por-que-sonada-contigo-peru-sonaba-partidos-seleccion-peruana-rusia-2018-copa-mundo-video/>
- Castro, J. (5 de mayo de 2020). La rápida reacción de Perú ante la pandemia chocó con un sistema de salud insuficiente. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2020/05/05/la-rapida-reaccion-de-peru-ante-la-pandemia-choco-con-un-sistema-de-salud-insuficiente/>
- Chaparro, H. (2020). Los que ni acatan ni cumplen. En Asensio, R. (Ed.), *Crónica del Gran Encierro* (págs. 1-195). Instituto de Estudios Peruanos. <https://iep.org.pe/wp-content/uploads/2020/06/Cr%C3%B3nica-del-Gran-Encierro-1.pdf>
- Coloma, C. (07 de abril de 2018). Recientemente falleció en Lima. Augusto Polo Campos, compositor criollo peruano. *Diario El Pueblo* <http://repositorio.cultura.gob.pe/bitstream/handle/CULTURA/633/nueva%20foto2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- de Rivera, J. (1992). Emotional Climate: Social Structure and Emotional Dynamics. En K.T. Strongman (Ed.), *International Review of Studies on Emotion* (2), 197-218.
- de Rivera, J., & Páez, D. (2007). Emotional climate, human security and culture of peace. *Journal of Social Issues*, 63(2), 233-253.
- Diario Gestión. (25 de agosto de 2020). *8,000 familias en Perú nos cuentan sobre el costo socioemocional de la pandemia COVID-19*. <https://gestion.pe/blog/bid/2020/08/8000-familias-en-peru-nos-cuentan-sobre-el-costo-socioemocional-de-la-pandemia-covid-19.html/>

- Diario La República. (4 de junio de 2020). Hasta el 7 de septiembre se extiende emergencia sanitaria en Perú por contagios. larepublica.co/globoeconomia/emergencia-sanitaria-en-peru-se-extiende-hasta-el-7-de-septiembre-3014353
- Díaz-Cassou, J., Deza, M., & Moreno, K. (2020). Perú: Desafíos del desarrollo post COVID-19. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Dioses, J. (23 de Marzo del 2020). “¡Contigo Perú!”: *esperanza en medio de la epidemia*. Arzobispado de Lima. <https://www.arzobispadodelima.org/2020/03/23/contigo-peru-esperanza-en-medio-de-la-epidemia/><https://www.arzobispadodelima.org/2020/03/23/contigo-peru-esperanza-en-medio-de-la-epidemia/>
- Doménech, A. (03 de Setiembre de 2019). ‘Color esperanza’, las claves del desencuentro que se esconde tras uno de los himnos musicales del último siglo. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/gente/20190903/47177812135/color-esperanza-diego-torres-cotis-rokin-respuestas-polemica.html>
- Duan, L., y Zhu, G. (2020). Psychological interventions for people affected by the COVID-19 epidemic. *The Lancet Psychiatry*, 7(4), 300-302. [https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(20\)30073-0](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(20)30073-0)
- El Comercio. (18 de marzo de 2020). *Vecinos de Lima cantan ‘Contigo Perú’ y aplauden a médicos, policías y miembros de las FFAA*. <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/coronavirus-vecinos-de-lima-cantan-contigo-peru-y-aplauden-a-medicos-policias-y-miembros-de-las-ffaa-nndc-noticia/?ref=ecr>
- El Tiempo (27 de octubre de 2019) *‘El baile de los que sobran’, el canto que guía las protestas en Chile*. <https://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/cancion-el-baile-de-los-que-sobran-de-los-prisioneros-en-protestas-en-chile-2019-427158>
- Espinosa, A., & Calderón-Prada, A. (2009). Relaciones entre identidad nacional y la valoración de la cultura culinaria peruana en una muestra de jóvenes de clase media de Lima. *Liberabit*, 15, 21-28.
- Espinosa, A. (2011). *Estudios sobre identidad nacional en el Perú y sus correlatos psicológicos, sociales y culturales* [Tesis doctoral]. Universidad del País Vasco–Euskal Herriko Unibertsitatea, País Vasco.
- Espinosa, A., Acosta, Y., Valencia, J., Vera, A., Soares da Silva, A., Romero, J. C. & Beramendi, M. (2016). Calidez, competencia, moralidad y nacionalismo ideal como dimensiones autoestereotípicas del autoconcepto nacional en seis países de Latinoamérica. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 34(2), 395-413. doi: <http://dx.doi.org/10.12804/apl34.2.2016.1>

- Estado Peruano (2020). *Coronavirus en el Perú: casos confirmados*. <https://www.gob.pe/8662-coronavirus-en-el-peru-casos-confirmados>
- Extremera, N. (2020). Afrontando el estrés causado por la pandemia del COVID-19: Futura agenda de investigación desde la inteligencia emocional. *International Journal of Social Psychology*, 0, 45-51.
- Freire, S. (2012). *Identificación con el lugar, participación y clima emocional en una comunidad rural de la costa norte del Perú*. [Tesis de licenciatura]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Garay, K. (1 de junio de 2020). Salud mental: ¿Cómo anda nuestra curva de emociones frente al covid-19? *Agencia Peruana de Noticias - Andina*. <https://andina.pe/agencia/noticia-salud-mental-como-anda-nuestra-curva-emociones-frente-al-covid19-799381.aspx>
- Gómez, A. (2020). What does not kill us, makes us stronger: The COVID-19 pandemic transforms anonymous citizens into devoted actors. *International Journal of Social Psychology*, 0, 24-29.
- Hamm, Ch. (1983). Sound Effects: Youth, Leisure, and the Politics of Rock 'n' Roll. *Cambridge Journals*, 3, 300-304. doi:10.1017/S0261143000001719
- Hargreaves, D., Miell, D., & Macdonald, R. (2002). What Are Musical Identities, and Why Are They Important? En R. Macdonald, D. J. Hargreaves, & D. Miell (Eds.), *Musical Identities* (págs. 1–20). New York: Oxford University Press.
- Hatibovic, F., Wlodarczyk, A., Bobowik, M., Páez, D., & Valencia, J. (2016). Antecedentes y Procesos Explicativos de Bienestar Colectivo en Población Chilena: Identidad, Ideología y Clima Socioemocional. En: A. Mendiburo, J. Oyadel y D. Páez. (Eds.), *La Felicidad de los Chilenos. Estudios sobre Bienestar*.
- Infobae. (24 de enero de 2021). Colapso sanitario en Perú: la Defensoría reportó que no queda ninguna cama para cuidados intensivos en Lima y Callao. <https://www.infobae.com/america/america-latina/2021/01/24/colapso-sanitario-en-peru-la-defensoria-reporto-que-no-quedan-ninguna-cama-de-cuidados-intensivos-en-lima-y-callao/>
- Instituto Peruano de Economía. (2020). Covid-19: ¿Cuál es la situación del mercado laboral peruano en tiempos de pandemia? <https://www.ipe.org.pe/portal/covid-19-cual-es-la-situacion-del-mercado-laboral-peruano-en-tiempos-de-pandemia/>
- Jauset, J. (2008). *Música y neurociencia: la musicoterapia. Sus fundamentos, efectos y aplicaciones terapéuticas*. Editorial UOC.
- La República-Data. (2021). Coronavirus en Perú: así evoluciona la pandemia en el país. <https://data.larepublica.pe/envivo-casos-confirmados-muertes-coronavirus-peru/>

- León, E., & Espinosa, A. (2016). Relaciones entre la percepción del contexto nacional, el clima emocional y la identificación nacional en estudiantes de tres ciudades del Perú. *Límite, Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología*, 11 (36), 41-49.
- Lloréns, J. (1983). *Música popular en Lima: Criollos y Andinos*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Murcia, B. (01 de abril de 2020). ¿Cuál es la historia de Color Esperanza? *El Colombiano*. <https://www.elcolombiano.com/cultura/cual-es-la-historia-de-color-esperanza-BG12727204>
- Neiger, M., Meyers, O., & Zandberg, E. (2011). Tuned to the nation's mood: Popular music as a mnemonic cultural object. *Media, Culture, and Society*, 33, 971-987.
- Noriega, G. (6 de mayo de 2020). Equilibrio emocional mientras dure la pandemia. *Portal de la Universidad de Lima*. <https://www.ulima.edu.pe/entrevista/graciela-noriega-06-05-2020>
- North, A., & Hargreaves, D. (1999). Music and adolescent identity. *Music Education Research*, 1, 75-92. doi:10.1080/1461380990010107
- Organización Panamericana de la Salud (2020). *Color Esperanza: Protégete y protege a los demás*. <https://www.paho.org/es/color-esperanza>
- Pacheco, M., Espinosa, A., & Schmitz, M. (2017). Influencia de géneros musicales con contenidos andinos en los componentes de la identidad nacional peruana. *Revista de Psicología Social*, 00(00), 1-27. <https://doi.org/10.1080/02134748.2017.1352167>
- Pacheco, M. (2019). *Efectos de la música tradicional peruana en componentes de la identidad nacional, emociones y actitudes*. [Tesis de Maestría]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Páez, D., Ruiz, J., Gailly, O., Kornblit, A., Wiesenfeld, E. & Vidal, C. (1996) Clima Emocional: Su Concepto y Medición mediante una investigación transcultural. *Revista de Psicología Social*, 12, 79-98.
- Páez, D., Espinosa, A. & Bobowik, M. (2012). Emotional Climate: How It is shaped, fostered and changed? En: Hermans, Rimé & Mesquita (Eds.), *Changing Emotions* (pp. 113-119). New York: Psychology Press.
- Paucar, J. (25 de Octubre de 2019). La historia de 'El baile de los que sobran', el himno de los chilenos en las protestas. *La Mula*. <https://redaccion.lamula.pe/2019/10/25/chile-protesta-canciones-los-prisiones-el-baile-de-los-que-sobran-25-octubre-videos-historia/jorgepaucar/>
- Perú Info. (21 de abril de 2020). *Seis muestras de solidaridad de los peruanos durante la cuarentena*. <https://peru.info/es-pe/talento/noticias/6/24/seis-muestras-de-solidaridad-de-los-peruanos-durante-la-cuarentena>

- Perú 21. (18 de marzo de 2020). *'Contigo Perú' y aplausos: Así mantienen la esperanza los peruanos en plena cuarentena*. <https://peru21.pe/lima/coronavirus-contigo-peru-y-aplausos-asi-mantienen-la-esperanza-los-peruanos-en-plena-cuarentena-videos-noticia/>
- Pighi, P. (22 de mayo de 2020a). Cuarentena en Perú: 5 factores que explican por qué las medidas de confinamiento no impiden que sea el segundo país de América Latina con más casos de covid-19. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52748764>
- Pighi, P. (28 de agosto de 2020b). Coronavirus en Perú: 5 factores que explican por qué es el país con la mayor tasa de mortalidad entre los más afectados por la pandemia. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-53940042>
- Pugley, D. (2020). La COVID-19 en el Perú: una pequeña tecnocracia enfrentándose a las consecuencias de la desigualdad. *Análisis Carolina*, (26), 1. https://doi.org/10.33960/AC_26.2020
- Ravines, M. (26 de abril de 2020). Covid-19: Resumen de las principales medidas adoptadas por el Gobierno para combatirlo. *Punto Seguido*. <https://puntoseguido.upc.edu.pe/covid-19-resumen-de-las-principales-medidas-adoptadas-por-el-gobierno-para-combatirlo/>
- Red de Comunicación Regional. (11 de octubre de 2020). *70% de peruanos requiere apoyo emocional para mejorar su salud mental por pandemia*. <https://www.rcrperu.com/70-de-peruanos-requiere-apoyo-emocional-para-mejorar-su-salud-mental-por-pandemia/>
- Rimé, B., Páez, D., Basabe, N., & Martínez, F. (2009). Social sharing of emotion, posttraumatic growth, and emotional climate: Follow-up of Spanish citizens' response to the collective trauma of March 11th terrorist attacks in Madrid. *European Journal of Social Psychology*, 40, 1029-1045. doi:10.1002/ejsp.700
- Romero, R. (2008). *Investigación musical e identidad nacional en el Perú*. Escuela de Música Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Romero, R. (Ed.). (2015). *Música popular y sociedad en el Perú contemporáneo*. Instituto de Etnomusicología PUCP.
- Romo, R. (29 de mayo de 2020). Latinoamérica responde al coronavirus: los países que han fallado (y acertado) en su respuesta al covid-19. *CNN en Español*. <https://cnnespanol.cnn.com/2020/05/29/latinoamerica-responde-al-coronavirus-los-paises-que-han-fallado-y-acertado-en-su-respuesta-al-covid-19/>
- RPP Noticias. (2 de julio de 2020). *Solidaridad en tiempos de pandemia: ¿Cómo han reaccionado los peruanos ante esta crisis?* <https://rpp.pe/>

peru/actualidad/solidaridad-en-tiempos-de-pandemia-como-han-reaccionado-los-peruanos-ante-esta-crisis-noticia-1276956

- Schmitz, M., & Espinosa, A. (2014). Impacto de la información disonante y consistente sobre la campaña Marca Perú en la identidad nacional y el bienestar social. *Universitas Psychologica*, 14 (1), 15-24. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-1.iidc>
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales: estudios de psicología social*. Herder.
- Tekman, H., & Hortaçsu, N. (2002). Aspects of stylistic knowledge: What are different styles like and why do we listen to them. *Psychology of Music*, 30, 28-47. doi: 10.1177/0305735602301005
- Van Vugt, M., & Hart, C. M. (2004). Social Identity as Social Glue: The Origins of Group Loyalty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86 (4), 585-598. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.86.4.585>
- World Health Organization (WHO) (2020a). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
- World Health Organization (WHO) (2020b). *COVID-19: cronología de la actuación de la OMS*. <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>