

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE PSICOLOGÍA



“Naces, creces y haces artesanía”

*El rol de la artesanía en la constitución de la Identidad de un grupo de madres Shipibo
Konibo de la comunidad de Cantagallo*

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Psicología
que presenta:

Andrea del Pilar Holgado Lopez

Asesora:

Rosa María Luisa Cueto Saldivar


Lima, 2024

INFORME DE SIMILITUD

Yo, Rosa María Cueto Saldívar docente de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesora de la tesis titulada “Naces, creces y haces artesanía” El rol de la artesanía en la constitución de la Identidad de un grupo de madres Shipibo Konibo de la comunidad de Cantagallo”, de la autora Andrea del Pilar Holgado Lopez, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 16%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 28/08/2024.
- He revisado con detalle dicho reporte y **confirmando que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.**
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 28 de agosto del 2024

Apellidos y nombres de la asesora:	
Cueto Saldívar, Rosa María	
DNI: 07886899	Firma
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3549-2001	

Agradecimientos

A la comunidad Shipibo Konibo de Cantagallo por su cálido recibimiento. No podría dejar de expresar mi admiración por su compromiso continuo en la preservación de sus tradiciones ancestrales.

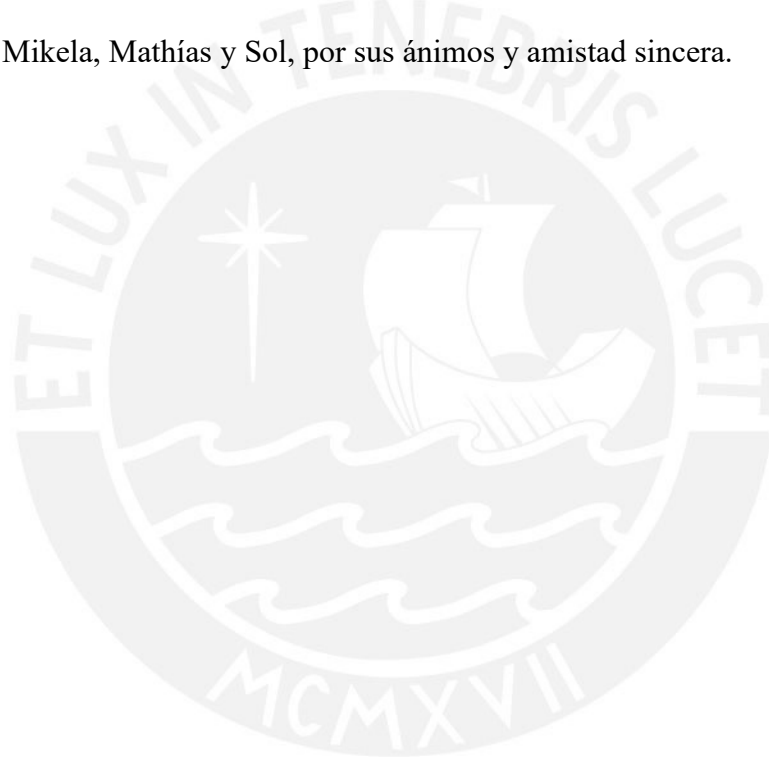
A cada una de las participantes, por haber compartido conmigo sus saberes infinitos.

A Rochi, por haberme orientado, con rigor y paciencia, durante todo este proceso.

A mi mamá, por su comprensión, soporte y amor incondicional. Gracias a ella todo.

A mis abuelos, por creer en mí y enseñarme tanto.

A Katia, Mikela, Mathías y Sol, por sus ánimos y amistad sincera.



Resumen

En virtud del entendimiento de la artesanía como elemento de expresión identitaria, el presente estudio tiene como objetivo indagar el papel de la artesanía en la construcción y estructuración de la Identidad de un grupo de madres Shipibo Konibo provenientes de la comunidad de Cantagallo. Con este fin, se realizó una investigación cualitativa de corte fenomenológico donde se trabajó con una población de 6 participantes. Se realizaron entrevistas semiestructuradas a profundidad y se aplicó un análisis de tipo temático. Los resultados sugieren que la discriminación y exclusión juegan un rol importante en la vida de las participantes y su relación con Cantagallo y Lima, siendo en el contexto en el cual las artesanas construyen sus identidades. A su vez, se identifican 4 categorías sociales de identificación: 3 de ellas (Madre, Migrante y Artesana) están yuxtapuestas y contenidas en la categoría de Mujer Shipiba. Por otro lado, se identifican límites difusos entre las identidades colectivas e individuales de las participantes, lo cual sugiere la presencia de una Identidad Fusionada. También, se encuentra que la artesanía satisface múltiples motivos identitarios como la autoeficacia, autoestima, pertenencia, significado, entre otros. Por último, se concluye que la identidad étnica tiene un rol central y se ve reforzada por la práctica de artesanía en tanto ésta se encuentra presente en la vida de las participantes desde edades tempranas y a lo largo de sus vidas.

Palabras clave: Shipibo Konibo, Cantagallo, Artesanía, Funciones Identitarias, Identidad Social, Identidad Étnica

Abstract

This study aims to investigate the role of crafts in the construction and structuring of Identity in a group of Shipibo Konibo mothers from the community of Cantagallo. With this purpose, a qualitative phenomenological research was carried out with 6 participants. Semi-structured in-depth interviews were conducted and a thematic type of analysis was applied. The results suggest that discrimination and exclusion play an important role, being the context in which the artisans build their identities. Also, 4 social categories are identified, three of which (Mother, Migrant and Artisan) are juxtaposed and contained in the Shipibo Woman category. On the other hand, diffuse limits are identified between the collective and individual identities of the participants, which suggests the presence of a Merged Identity. Furthermore, it is identified that craftsmanship satisfies multiple identity motives such as self-efficacy, self-esteem, belonging, meaning, among others. Finally, it is concluded that ethnic identity plays a central role and is reinforced by the practice of craftsmanship, as it is present in the lives of the participants from an early age and throughout their lives.

Key words: Identity, Shipibo Konibo, Cantagallo, craftsmanship, identity motives, ethnic identity

Índice de contenido

Introducción	7
Identidad: definición, niveles, funciones y aproximaciones teóricas.....	7
Implicancias de la artesanía en la construcción de la identidad.....	14
La comunidad Shipibo Konibo de Cantagallo y la actividad artesanal de las mujeres.....	16
Método	19
Participantes	19
Técnicas de recolección de la información	21
Procedimiento.....	22
Análisis de la información.....	23
Resultados y Discusión.....	27
Cultura shipiba, Artesanía y Exclusión Social: Marcos de la Construcción Identitaria	27
Ser mujer, shipiba, madre, artesana y migrante: el vínculo indivisible entre lo social e individual.....	33
Significados de la artesanía para la mujer shipiba y su relación con los motivos identitarios	41
Conclusiones	52
Referencias.....	54
Apéndices.....	64

Lista de tablas y figuras

Tabla 1: Categorías de análisis y descripciones.....	25
Figura 1: Relaciones entre categorías sociales a las que se adscriben las mujeres shipibas y características atribuidas a dichas categorías.....	33
Figura 2: Vínculo entre los significados de la atersanía y los motivos identitarios.....	51



Introducción

Identidad: definición, niveles, funciones y aproximaciones teóricas

El concepto de identidad se construye desde diferentes aproximaciones teóricas que responden a distintas especialidades de las ciencias sociales y humanas. Desde la psicología, se sugiere que la identidad es una conceptualización subjetiva que el individuo tiene sobre sí mismo, la cual se construye a partir de la interacción de distintos procesos cognitivos, afectivos y sociales, insertos en escenarios culturales y contextos locales específicos (Tajfel, 1984; Vignoles et al. 2006). Asimismo, la identidad es descrita como un proceso a través del cual las personas reconocen tanto su propia unicidad como su pertenencia a grupos de individuos con quienes comparten características que permanecen relativamente estables en el tiempo (Giménez, 2007).

El proceso de construcción de la identidad sucede a través del tiempo en base a experiencias propias, relaciones sociales, percepciones personales y al ambiente (Contreras et al. 2010). Por ello, se plantea que la identidad tiene un carácter dinámico que posibilita que el individuo integre diversas referencias identificatorias asociadas a su historia y a su rol social (Castañeda, 2012). Así, la identidad juega un rol fundamental para la implementación de distintas funciones sociales, pues provee pistas acerca de las características representativas de una persona tales como su sexo, religión, etnia, entre otras que conforman una representación de sí (Erikson, 1980; Owens, 2006; Miller, 1983).

Niveles de la Identidad

La identidad se construye según diferentes grados de complejidad y puede verse reflejada en tres niveles de abstracción (Abrams y Hogg, 1990; Hogg y McGarty, 1990; Juhasz, 1983): el nivel superordinado de humanidad; el nivel intermedio de las relaciones entre grupos a los que se pertenece y a los que no se pertenece; y, el nivel subordinado del self.

El nivel superordinado de humanidad. Éste responde al mayor grado de abstracción de la identidad y hace referencia a la identidad humana, la cual establece una distinción entre lo humano y lo no humano (Hogg y McGarty, 1990; Juhasz, 1983). Dicha distinción, es construida en función a la sociedad de cada individuo y se renueva según el lugar, el tiempo y la persona. (Fromm, 2005; Juhasz, 1983).

El nivel de relaciones entre grupos. Éste refiere a las identidades sociales que distinguen los grupos a los que se pertenece de los que no (Lorenzi-Cioldi y Doise, 1990; Hogg y McGarty, 1990). Tajfel (1984), quien plantea la teoría de la Identidad Social, la define como aquella parte del autoconcepto del individuo que deriva de su autopercepción de pertenencia a un grupo social específico y se acompaña de significados valorativos y emocionales asociados a dicha pertenencia. Así, la identidad social se ve marcada por categorías sociales y se distingue por reglas y atributos que los individuos asocian a dichas categorías (Abrams, 1990; Tajfel, 1984). Dicha pertenencia a un grupo representa un estado psicológico e implica una evaluación y valoración de sí mismo a partir de las características del grupo al que uno pertenece (Tajfel, 1982; Tajfel y Turner, 2001).

Adicional, dentro de este nivel de abstracción de la identidad surgen tres nuevas perspectivas: el funcionalismo, el estructuralismo y el interaccionismo (Hogg y Abrams, 1988). La aproximación funcionalista plantea que la construcción de una identidad social responde a una necesidad adaptativa del ser humano, reforzando destrezas individuales y prometiendo mayores probabilidades de supervivencia (Hogg y Abrams, 1988; Brewer, 2007). Así, se sugiere que la identidad social funciona como medio de cohesión, cooperación y lealtad grupal, asociadas a expectativas positivas sobre el grupo de pertenencia (Van Vugt y Hart, 2004; Brewer, 2007).

De acuerdo con la aproximación estructuralista, los individuos están psicológicamente conectados por estructuras sociales que actúan mediante la autodefinición que cada individuo construye según su membresía a ciertas categorías sociales (Abrams y Hogg, 1990). En este sentido, las categorías sociales son definidas como unidades accesibles de información que ordenan distintos estímulos del mundo social asociados a grupos humanos que comparten ciertas características socialmente reconocidas (Abrams y Hogg, 1990). De este modo, en el proceso de categorización social, se divide repetidamente a las personas en términos de un nosotros, denominado endogrupo, y un ellos, denominado exogrupo (Stangor, 2000 citado en Espinosa, 2010). La identificación colectiva permite que individuos y grupos se categoricen y, partiendo de dichas categorías, se presenten a sí mismos ante el mundo (Owens, 2006).

Por último, la aproximación interaccionista plantea que la identidad social se forma en base a la exposición cotidiana a estímulos sociales que transmiten las narrativas de los grupos dominantes (Thorne, 2004); y se plantea que la identidad social es puesta en evidencia gracias a la “comparación social” (Hinkle y Brown, 1990). En esta línea, se sugiere que la membresía

a los grupos a los que uno pertenece es evaluada y sucesivamente valorada en relación con la evaluación y valoración que se hace de los otros grupos (Tajfel, 1984).

El nivel subordinado del self. En este nivel subyace la identidad personal o individual, la cual involucra las cualidades particulares o distintivas de una persona (Morales, 2007; Páez et al, 2004). De acuerdo con Giménez (2007) la identidad individual se puede definir como un proceso subjetivo y autorreflexivo a través del cual los sujetos se diferencian de otros mediante la autoasignación de un repertorio de atributos culturales valorados de distintas formas. Estos atributos pueden ser: el conjunto de características personales como disposiciones, hábitos, tendencias, actitudes y capacidades; el estilo de vida; la red personal de relaciones íntimas; el conjunto de objetos íntimos que poseen; y finalmente, la biografía personal (Galicía, 2013).

Si bien es frecuente la idea de que las identidades sociales y la identidad personal corresponden a distintos tipos de autopresentación o se basan en distintos aspectos del self, se ha evidenciado que existen elementos compartidos en ambos niveles que varían según distintos contextos y culturas (Simón, 2004; Lorenzi-Cioldi y Doise, 1996; Ortiz, 1993; Suh, 2000). En esta línea, Giménez (2007) plantea que tanto la identidad personal como las identidades colectivas están firmemente fundadas en la experiencia social y son indisociables de la cultura. De este modo, existen distintas categorías sociales que alimentan la identidad individual, como lo son: el grupo de edad, étnico, clase social, entre otros; y se plantea que la pertenencia a aquella multiplicidad de grupos es la que establece una distinción personal e irreplicable que fortalece dicha identidad (Galicía, 2013). Así, surgen dos planteamientos distintos respecto a cómo operan las identidades personales y sociales. El primero, sugiere que la identidad corresponde a un continuo personal-social (Abrams y Hogg, 1990); y el segundo, plantea que distintas dimensiones de la identidad operan en simultáneo (Worchel y Coutant, 2005).

Funciones de la Identidad

El proceso de construcción identitaria es guiado por distintos motivos o funciones a fin de promover un apropiado ajuste social y un estado de bienestar (Vignoles y Moncaster, 2007; Simon, 2004). Dichos motivos o funciones acercan a los individuos a ciertos estados identitarios y los alejan de otros en respuesta a su necesidad de autodefinirse en un mundo social cambiante (Simon, 2004; Erikson, 1980; Vignoles et al, 2006). Dentro de las principales motivos o funciones de la identidad está: la consolidación del autoestima, pertenencia, distinción, continuidad, significado, eficacia y agencia (Simon, 2004; Vignoles et al, 2006; Morales, 2007; Baumeister, 1998; Baumeister y Twenge, 2003).

La Función Identitaria de Autoestima. El autoestima se entiende como una evaluación del autoconcepto e involucra una motivación para mantener y reforzar una imagen positiva de uno mismo (Páez et al, 2004; Baumeister, 1998). Desde una aproximación evolucionista, es un mecanismo adaptativo diseñado mediante la selección natural, con el propósito de monitorear los niveles de éxito que un individuo alcanza en relación a distintas metas adaptativas, como, por ejemplo, qué tanto es aceptado o rechazado en su medio social (Kirkpatrick y Ellis, 2005). En este sentido, la autoestima contiene diversos dominios específicos que ayudan a resolver problemas adaptativos puntuales, los cuales pueden ser clasificados en dos dimensiones generales (Kirkpatrick y Ellis, 2005; Páez et al. 2004): la dimensión personal que contiene los sentimientos de respeto y de valor que una persona tiene sobre sí misma (Páez et al. 2004; Crocker y Major, 1989); y la dimensión colectiva que se relaciona con la actitud del individuo hacia las categorías y grupos sociales a los que pertenece (Páez et al, 2004; Baumeister y Twenge, 2003).

La Función Identitaria de Pertenencia. Ésta alude a la necesidad de mantener y fortalecer sentimientos de cercanía hacia, y aprobación por, otras personas y grupos, generando en el individuo la idea de que tiene un lugar en el mundo social (Vignoles et al, 2006; Baumeister y Twenge, 2003; Simon, 2004). Gracias al sentido de pertenencia los individuos se sienten más preparados para afrontar obstáculos, pues reconocen la existencia de una red de apoyo social (Dunbar, 2007). Asimismo, ésta se satisface mediante interacciones positivas, frecuentes y estables con los miembros del grupo al que uno se considera afiliado (Stoll, 2013).

La Función de distinción. Ésta involucra la orientación de la persona a diferenciarse de los otros (Vignoles et al. 2000). En esta línea, si bien la soledad no resulta cómoda para el individuo, los grupos excesivamente grandes tampoco, por lo que se opta por la adhesión a grupos sociales restringidos de tamaño, con límites claros que mantengan los beneficios de la cooperación extendida (Brewer, 2007). De este modo, la identidad no solo refleja lo que uno es, sino también lo que uno no es (Morales, 2007b). En esta línea, se sugiere que la identidad es un dilema entre la singularidad y especificidad de uno mismo/a y la similitud con los demás miembros del endogrupo (Iñiguez, 2001).

La Función de Identitaria de Continuidad. Ésta involucra la motivación por mantener cierta coherencia y estabilidad en las cogniciones que se tienen sobre uno mismo (Brewer, 2007; Baumeister, 1998). Aunque, esta motivación no excluye cambios, las personas pueden mantener una continuidad construyendo un sentido de identidad a través de historias de vida que incluyen evoluciones y transformaciones en la misma (McAdams, 2001). La función de continuidad orienta a las personas a preferir y buscar información consistente con la visión que

tienen de sí mismas, lo que les da una sensación de control y comprensión del mundo que les rodea (Leary, 2007; Pittman, 1998). Así, gracias a esta función, el individuo es capaz de adherirse a una perspectiva compartida del mundo social, lo cual le permite validar y comunicar las propias opiniones, actitudes y valores (Morales, 2007a; Morales, 2007b; Simon, 2004).

La Función de Identitaria de Significado. Ésta alude a la necesidad de encontrar un propósito de la propia existencia (Baumeister, 1998). El sentido o propósito que el individuo se plantea en función de su propia identidad resulta esencial para su bienestar psicológico (Frankl, 1962; McGregor & Little, 1998 citado en Vignoles et al. 2006). Esta función se ve asociada a la Teoría de la Reducción de la Incertidumbre de Hogg (2000), la cual plantea que la identificación con un grupo es consecuencia de la necesidad de significado, al igual que otros diversos fenómenos intergrupales. Asimismo, la búsqueda de significado es de suma importancia para lidiar con eventos de intensidad en la vida, como lo es el combate militar, enfermedades de gravedad o muerte de seres queridos (Vignoles et al., 2006).

La Función Identitaria de Eficacia o Autoeficacia. Ésta se orienta hacia el mantenimiento y refuerzo de sentimientos de competencia y control (Páez et al, 2004; Breakwell, 1993, Vignoles, 2011). Ello cobra relevancia en tanto la percepción de eficacia está altamente relacionada a la noción de capacidad, la cual motiva a la acción y resulta muy valiosa para la dinámica representacional de la identidad (Costalat-Founeau, 1999 citado en Espinosa, 2010). Los logros asociados al desempeño de la persona son fuentes de información sobre su autoeficacia, en tanto el éxito la incrementa y los fracasos la disminuyen (Bandura, 1977).

La Función Identitaria de Agencia. La agencia les permite a las personas reconocerse a sí mismas como autoras de sus propios pensamientos y acciones (Simon, 2004). La agencia le otorga a la persona la sensación de poder y control; y estando dentro de un grupo, le hace saber a la persona que, como parte del grupo, sus acciones son más poderosas y eficaces (Baumeister, 1999; Morales, 2007b; Simon, 2004). Las experiencias de autoeficacia y agencia son características de la identidad, pues tener un sentido de sí mismo implica creerse un actor o agente capaz de influenciar el espacio físico o simbólico en el que se encuentra (Vignoles, 2011)

Identidad y prácticas culturales

En síntesis, el proceso de construcción identitaria se da en distintos niveles de abstracción (Abrams y Hogg, 1990; Hogg y McGarty, 1990) y responde a distintas funciones cognitivas y sociales (Simon, 2004; Vignoles et al, 2006, Vignoles, 2011). De este modo, se plantea que la identidad es un proceso social (Mercado y Hernández, 2010) que puede

entenderse desde lo psicológico (Iñiguez, 2001). De este modo, en tanto la identidad se construye y reconstruye dentro de escenarios culturales y sociales específicos (Tajfel, 1984; Vignoles et al. 2006; Gimenez, 2007), se sugiere que la identidad no surge espontáneamente, sino que corresponde a las prácticas y expresiones culturales que poseen los miembros de una comunidad determinada (Mercado y Hernandez, 2010). Sobre esto, autores como Haslam et al. (2020), Crocetti et al. (2023) y Balidemaj y Small (2019) defienden que, si bien la identidad es un proceso particular de cada individuo, este está siempre enmarcado en los contextos sociales, culturales y/o étnicos en los que vive y de los que se ve ampliamente influenciado.

A propósito de la relación entre identidad y prácticas culturales, se encontraron algunas investigaciones que tocan el vínculo entre lo cultural y la construcción de la identidad. A nivel global, destaca la investigación de Upadhyay (2020) realizada en Pokhara, Nepal la cual tuvo como objetivo conocer el rol de la artesanía en la promoción del empleo y preservación del patrimonio cultural de Pokhara, así como conocer los desafíos que enfrenta el sector. Con este fin, Upadhyay (2020) realizó 106 entrevistas semiestructuradas a dueños de tiendas de artesanías y tres entrevistas a informantes clave (dos miembros de la asociación de artesanos de Pokhara y un activista). Entre los principales hallazgos del estudio, está que la comercialización de artesanías tradicionales de Pokhara y su rol en la promoción del turismo, ha contribuido al orgullo y a la resignificación de la identidad nepalí, facilitando la preservación de las instituciones culturales y permitiendo el empoderamiento social y económico de los artesanos, quienes ahora se sienten orgullosos de sus obras.

Asimismo, destaca el estudio realizado en Tailandia por Chantamool et al. (2022) que busca explorar cómo los saberes indígenas, la preservación del patrimonio cultural y la identidad étnica influyen en la producción de textiles tradicionales ikat. Los autores se aproximaron mediante etnografías a una muestra de 30 miembros de grupos de textiles ikat Phu Thai en la provincia de Kalasin. Encontraron que en la producción de textiles ikat es una herramienta de preservación cultural e identitaria, pues representa simbólicamente creencias, tradiciones y valores de la comunidad, que les permite demostrar orgullo por su identidad étnica.

En el contexto latinoamericano destaca la investigación de Guzman, Parra y Tarapuez (2019) realizada en Colombia sobre la situación actual de la identidad y manifestaciones culturales en el Quindío, en el contexto del Paisaje Cultural Cafetero. Los autores se aproximaron a los habitantes de la zona mediante encuestas y entrevistas. Así, lograron

concluir que el patrimonio cultural de esta región incorpora bienes tangibles e intangibles que se construyeron inicialmente a partir de las influencias indígenas y españolas que generaron las primeras manifestaciones folclóricas. Se encuentra que esta confluencia dio paso a distintas prácticas culturales que conforman lo que se define como identidad cultural de Qundío y que reflejan la idiosincrasia de la zona.

En México, destaca el estudio realizado por Cruz, Acevedo, Acevedo y Vázquez (2023), en el cual se busca analizar aspectos relevantes de la identidad cultural y sus implicaciones en la actividad de los artesanos del Municipio de Juchitán de Zaragoza en Oaxaca. Para aproximarse a los artesanos de la zona se utilizaron técnicas etnográficas que permitieron encontrar que los artesanos de Juchitán de Zaragoza consideran que sus piezas artesanales reflejan su identidad cultural y la conexión que tienen con su entorno. Cruz et al. (2023) concluye que la artesanía textil no solo es un medio para transmitir y manifestar su la identidad cultural, sino también un vehículo para fortalecer el sentido de comunidad, promover el turismo y preservar el legado cultural a las siguientes generaciones.

En el contexto peruano, se encuentran principalmente estudios que develan una conexión entre la danza como práctica cultural y la identidad. Silva, Del Águila y Veintemilla (2022) realizan una revisión de la literatura científica de los últimos años para evaluar los efectos de la danza tradicional en la identidad cultural y logran concluir que la danza tradicional es un recurso de la persona para expresar sus tradiciones, creencias y costumbres, que fortalece su identidad cultural. Asimismo, destacan 2 investigaciones de corte cualitativo. Primero, la realizada en Lima por Stoll (2013) donde se realizan entrevistas a profundidad a bailarines y maestros de Break-Dance (conocidos como B-Boys) y se ahonda en la categoría social de un B-Boy, encontrando que esta se construye teniendo como eje la danza y se vincula a motivos de autoestima, autoeficacia, distinción, pertenencia, continuidad y significado.

Segundo, destaca la investigación realizada por Castillo (2018) en la cual, mediante entrevistas y observación no participante, se buscó identificar y analizar los referentes de identidad cultural que se evidencian en la práctica teatral de los jóvenes que participan en talleres de distintas asociaciones culturales en Villa El Salvador. Castillo (2018) logra concluir que: (a) Desde la práctica teatral los participantes construyen un concepto de identidad cultural relacionada a su distrito, relacionando su identidad con manifestaciones culturales como danzas; y (b) Para los jóvenes, su identidad cultural también está relacionada con rol que cumplen dentro de la asociación cultural, lo cual refuerza su arraigo a dichos espacios culturales

y los motiva a compartir sus conocimientos con los nuevos miembros que conforman sus agrupaciones.

Además, se encontraron vinculaciones entre la música y la identidad cultural. Resalta la investigación realizada por Escalante (2018) en la que se aproxima mediante encuestas (N° 231) y entrevistas a pobladores de Ayacucho para indagar acerca del papel que desempeña el Huayno en la construcción de la identidad cultural de los Huamanguinos. La autora logra concluir que el Huayno genera identificación y es parte de la cotidianidad de al menos al 80% de encuestados. Sin embargo, también hay una percepción de que la costumbre de cantar y escuchar Huayno, de la mano con la lengua quechua, se viene perdiendo, debido a que estarían perdiendo relevancia para los más jóvenes.

De manera similar, Ayala (2020) plantea una exploración cuantitativa experimental para establecer la influencia del huayno ayacuchano en la identidad cultural en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Ayacucho (N°25). Ayala (2020) logra concluir que, el huayno ayacuchano influye significativamente en la identidad cultural de los participantes, y se establece que es una estrategia didáctica de singular importancia para el desarrollo de la identidad.

Como se verá a continuación, otra práctica cultural asociada a la identidad de distintos grupos humanos es la artesanía, la cual tendría implicancias en la construcción identitaria y en la satisfacción de ciertos motivos identitarios.

Implicancias de la artesanía en la construcción de la identidad

El concepto de artesanía comprende una multiplicidad compleja de objetos y procesos que resultan de una evolución histórica dinámica y de una herencia generacional (Ríos, 2019; Rotman, 2011). En términos generales, puede entenderse como un producto creado predominantemente por la mano del/a artesano/a mediante el trabajo con recursos propios de su localidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 1997; INEI, 2017). De igual modo, puede decirse que la artesanía es un producto que resulta de la creatividad y la imaginación del/a artesano/a, quien para su elaboración transformó racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales, creando piezas únicas cargadas de un alto valor cultural (Roncancio, 1999 citado en Rivas, 2018).

La artesanía se distingue por su valor utilitario, estético, artístico, creativo, vinculado a lo cultural, decorativo, funcional, tradicional, simbólico y/o significativo en términos religiosos o sociales (UNESCO 1997; INEI, 2017). En el Perú, la actividad artesanal se realiza en el 94% de distritos que conforman el territorio nacional (Instituto Nacional de Estadística [INEI], 2017). Asimismo, dentro del contexto nacional las artesanías y el saber artesanal representan bienes culturales materiales e inmateriales que constituyen un patrimonio cultural esencial para el fortalecimiento de identidades locales y la protección de la memoria histórica (Ríos, 2019).

La artesanía ha sido usualmente considerada un ámbito privilegiado de expresión identitaria, pues registra material e información histórica y simbólica de los pueblos que la elaboran (Rotman, 2007; Rotman, 2011; Del Carpio, 2012). Pero este rol identitario de la artesanía, no sólo se vincula a lo cultural sino también a lo económico: la producción artesanal es un medio de vida y de ella depende la subsistencia de gran cantidad de familias (Rotman, 2007). Entonces, la artesanía no sólo da cuenta de la historia y de las representaciones simbólicas de estos pueblos (Balazote y Rotman, 2006; Rotman, 2007, Del Carpio, 2012), sino que, a su vez juega un rol en la constitución de relaciones sociales dentro y fuera de dichos pueblos (Rotman, 2007).

El 'ser artesano/a' se encuentra profundamente asociado a la pertenencia étnica y al contexto cultural que rodea al artesano, lo cual influye en múltiples aspectos de su identidad personal y social (Del Carpio y Freitag, 2013). Al respecto, Santos, Choez y Soledispa (2024) realizaron un estudio cuantitativo en Ecuador, en el cual, mediante encuestas (N = 88) evaluaron el rol que juega la revalorización de la artesanía en la identidad cultural de los pobladores de La Pila (comunidad en la que predomina la artesanía como oficio). Santos et al. (2024) logró concluir que existe una relación significativa entre la revalorización artesanal y la identidad cultural, lo que contribuye a la preservación del patrimonio cultural de la comunidad y a la transmisión de valores socioculturales.

Asimismo, destaca la investigación etnográfica realizada por Del Carpio (2012) en México, donde evidenció que el trabajo artesanal indígena más allá de ser una fuente de ingresos económicos representa una fuente de identidad que (a) permite la expresión de la cosmovisión indígena, (b) fomenta vínculos familiares y comunitarios, (c) influencia el estado del ánimo y (d) otorga una percepción de utilidad social. Del Carpio (2012) identifica distintas implicancias psicosociales del trabajo artesanal que podrían vincularse teóricamente a las funciones identitarias de autoestima, eficacia, agencia, pertenencia y distinción.

La artesanía es considerada un fenómeno de continuidad histórica, cohesión generacional y de preservación de la tradición, mediante el cual las artesanas transmiten saberes ancestrales y reflejan estilos de vida, cultura e identidades (Del Carpio, 2012). Sin embargo, la actividad artesanal se ve cotidianamente amenazada por los bajos precios, el poco reconocimiento y la competencia con productos industriales, lo cual empeora cuando se trata de artesanos/as indígenas que tienen mayores dificultades para producir y vender al verse constantemente enfrentados a desventajas estructurales como el racismo, la discriminación y la pobreza (Del Carpio, 2012; Del Carpio y Freitag, 2013; Vega, 2014).

En el Perú, uno de los pueblos reconocidos por su labor artesanal son los Shipibo Konibo, etnia originaria de la cuenca del río Ucayali en los departamentos de Ucayali, Loreto, Huánuco y Madre de Dios (Kennedy, 2011). Desde el 2008, a fin de proteger la tradición y los saberes, los diseños kené¹ y los cantos ícaros² de este pueblo fueron declarados patrimonio cultural del Perú por el Ministerio de Cultura (Arrascue, 2018). Como se presenta a continuación, la artesanía para los shipibo-konibo, especialmente para quienes se han asentado en Cantagallo, tiene un peso fuerte en sus historias de vida y organización comunitaria actual, lo que sugiere implicancias en la construcción de sus identidades.

La comunidad Shipibo Konibo de Cantagallo y la actividad artesanal de las mujeres

Desde 1991, los Shipibo Konibo migran a Lima y a otras ciudades del país en busca de mejores condiciones de vida (Vega, 2014). Sin embargo, el asentamiento de familias Shipibo Konibo en Cantagallo data del año 2000, cuando un grupo de artesanos que fueron invitados a participar en una feria artesanal en Cantagallo decidieron establecerse ahí (Espinosa, 2019). Dicha decisión generó la migración conjunta de otras 122 familias, quienes conforman la primera comunidad Shipibo Konibo de la Amazonía en Lima (Kennedy, 2011; Osnayo, 2013). Con el pasar de los años, el número de familias shipibas comenzó a crecer y la comunidad de Cantagallo comenzó a consolidarse (Espinosa, 2019). Así, se inicia una tortuosa lucha por sus derechos indígenas y distintos procesos de negociación con las autoridades para asegurar sus viviendas, su escuela intercultural bilingüe y sus espacios comunales (Espinosa, 2019).

¹Kené: palabra shipibo-konibo traducida como “diseño” que refiere a patrones geométricos con significados étnico-ancestrales, realizados en sus artesanías, vestimentas y en contextos particulares en sus cuerpos (Belaunde, 2009).

² Cantos ícaros: melodías shipibas tradicionales.

En el nuevo contexto urbano, la situación en la que se encuentra la comunidad Shipibo Konibo es difícil debido a la pobreza, hacinamiento, falta de títulos de propiedad, carencia de servicios básicos e infraestructura, baja escolaridad, precariedad laboral y contaminación ambiental en la zona (Espinosa, 2019, Kennedy, 2011; Osnayo, 2013; Vega, 2014). Frente a ello, surge en la comunidad una motivación colectiva para superar las condiciones de vulnerabilidad social y carencia económica (Espinosa, 2019). Así, con el fin de preservar la identidad cultural y étnica, promover el reconocimiento social y crecer económicamente, en Cantagallo se han reportado distintas muestras de organización colectiva, representatividad local, emprendimiento, redes familiares e interregionales como fuentes de conectividad y soporte social (GIAPUCP, 2013; Defensoría del Pueblo, 2016). Esto puede verse reflejado en distintas iniciativas comunitarias como lo son el Colectivo de Madres Artesanas Cantagallo Renace, el Colectivo Shinan Imabo, el Colectivo de Shipibas Muralistas, la Asociación Peruana de Artesanas Shipibo Konibo de Cantagallo (APASKC), entre otras.

La mujer shipiba es quien produce y comercializa la artesanía, lo que la posiciona en un rol de especial relevancia, debido a que es una labor que sostiene económicamente a muchas de las familias de la comunidad (Kennedy, 2011; Macahuachi et al. 2019; Barriola, 2014). Esto ha implicado una evolución en los roles de género de la comunidad, pues antiguamente se acostumbraba a que eran los varones los que proveían el sustento para sus hogares gracias a la pesca y la caza; mientras que, el trabajo artesanal que realizaban las mujeres no tenía tanto protagonismo (Osnayo, 2013, Macahuachi et al. 2019).

Al respecto, destaca la investigación realizada en Cantagallo por Macahuachi et al. (2019), que tuvo como objetivo analizar la identidad shipiba y el rol de la mujer en la conservación cultural. Los autores realizaron una etnografía de dos semanas de duración en una familia de la comunidad y, además, entrevistas a profundidad a otros miembros. Así, Macahuachi et al. (2019) encuentra que las mujeres son consideradas “más shipibas” que los hombres porque son quienes conservan la cultura tradicional usando los trajes típicos, elaborando artesanías, hablando la lengua vernácula y socializando a los niños en la etnicidad shipiba. Además, concluyen que la importancia y la fortaleza del rol de la mujer shipiba se refleja en la transcendencia de su arte, la preservación de su cultura y la supervivencia de sus familias en el nuevo territorio, lo cual es posible gracias a la práctica de artesanía (Macahuachi et al. 2019).

Como se ha evidenciado previamente, la artesanía como oficio y práctica cultural marca una pauta importante en la historia de Cantagallo (Vega, 2014; Espinosa, 2019) y en la vida de las mujeres shipibas (Macahuachi et al. 2019). De igual manera, se han evidenciado vinculaciones entre las prácticas culturales (como la artesanía) y la Identidad Social (Silva et al 2022; Stoll, 2013; Castillo, 2018; Escalante, 2018; Ayala, 2020) y, más específicamente, entre la artesanía y la construcción de la identidad (Del Carpio 2012, Del Carpio y Freitag, 2013, Rotman, 2007, Rotman, 2011). Sin embargo, no se han realizado investigaciones previas que estudien el caso de las artesanas de Cantagallo desde el campo de la psicología, con foco en la Identidad Social. Por tales motivos, la presente investigación propone como objetivo general explorar el rol que adquiere la artesanía como oficio en la constitución de la identidad de un grupo de madres Shipibo Konibo de la comunidad de Cantagallo.



Método

Participantes

Se contó con un grupo de participantes conformado por 6 mujeres de la etnia Shipibo Konibo, que se dedican a tiempo completo a la artesanía y radican en el asentamiento urbano Cantagallo en el distrito de Rímac. Las edades de las participantes varían entre 28 y 51 años, contando con dos participantes pertenecientes al grupo etario de adultez temprana (28 y 32 años respectivamente) y cuatro pertenecientes a la adultez media (42, 50, 50 y 51, respectivamente). Todas las participantes son madres y el número de hijos o hijas varía de entre 1 y 4 hijos, con edades de entre 8 y 31 años. Respecto al estado civil, hubo 2 participantes solteras, 2 participantes casadas y 2 convivientes. De las participantes solteras, 1 vive sola porque sus hijos/as son mayores y se han mudado, y 1 vive con su hija; y, de las participantes casadas y convivientes, todas viven con sus parejas e hijos/as. Respecto al nivel educativo, 2 cuentan con secundaria incompleta y 4 con secundaria completa.

Adicionalmente, 5 de las participantes nacieron en el departamento de Ucayali, mientras que 1 participante nació en el departamento de Loreto. Todas las participantes nacieron y crecieron en sus comunidades nativas, y migraron a Lima, ya sea en su adolescencia o su juventud temprana. En esta línea, el tiempo de residencia en Lima de las participantes varía entre 5 y 27 años, y el tiempo de residencia en Cantagallo entre 3 y 21 años. Cabe resaltar que, 5 de las participantes residen en Lima desde hace más de 19 años y residen en Cantagallo desde hace más de 16 años, y fue la participante más joven, quién migró más recientemente a Lima, hace 5 años, y se mudó a Cantagallo hace 3 años.

Por otro lado, las participantes se dedican profesionalmente a la artesanía desde hace un promedio de 20 años (mínimo 3 y máximo de 36 años). Las artesanías que realizan son: bordado en tela, bisutería, murales, pintado en tela, cuadros, indumentaria, entre otros. Para su realización y comercialización, las participantes son miembros de varios colectivos o asociaciones de artesanas organizadas de la comunidad. Se trabajó con miembros de cuatro colectivos o asociaciones distintas: el colectivo Cantagallo Renace, el colectivo de Shipibas Muralistas, el colectivo Shinan Imabo y la APASKC (Asociación Peruana de Artesanas Shipibo Konibo de Cantagallo).

Se estableció como criterio de inclusión que las participantes sean artesanas de oficio y que pertenezcan a la comunidad Shipibo Konibo asentada en Cantagallo. Asimismo, al trabajar con población bilingüe, debido a que la entrevistadora no manejaba la lengua nativa

de las entrevistadas, se estableció como criterio de inclusión que las participantes tengan un nivel fluido de castellano. Para la conformación del grupo de participantes se utilizó inicialmente un tipo de muestreo abierto que permitió la aproximación a mujeres que cumplieran, según un primer filtro visual, los criterios de inclusión descritos. Seguido de ello, se utilizó un muestreo selectivo a fin de validar cierta información que apareció en las primeras entrevistas y complementar categorías de análisis (Strauss y Corbin, 2002). Adicionalmente, para dar por finalizado el trabajo de campo se utilizó el criterio de Saturación Teórica (Strauss y Corbin, 2002; Flick, 2009). En este sentido, se dio por culminado el proceso de entrevistas al momento en el que se consideró que las categorías de análisis estaban saturadas, es decir, ya no estaban emergiendo datos nuevos relevantes para el análisis (Strauss y Corbin, 2002; Flick, 2009).

Para la selección de participantes del colectivo “Cantagallo Renace”, se realizó un primer contacto con la lideresa del colectivo vía llamada telefónica, quién ofreció dar la primera entrevista. Posterior a dicho primer acercamiento, se utilizó la técnica “bola de nieve” (Martínez-Salgado, 2012) para contactar a la siguiente participante del mismo colectivo. Posterior a ello, la bola de nieve se vio interrumpida debido a que no se consiguió respuesta de los contactos recibidos, por lo que se optó por hacer un contacto con los colectivos de “Shipibas Muralistas” y “Shinan Imabo” vía redes sociales. Así, se obtuvo primero la respuesta positiva de la lideresa del colectivo de muralistas, procediendo a realizar una entrevista. Seguidamente se recibió también una respuesta positiva del colectivo Shinan Imabo, logrando agendar una entrevista con la lideresa. A partir de dicho contacto, mediante la técnica de bola de nieve se pudieron realizar dos entrevistas más.

En cuanto a los aspectos éticos tomados en cuenta para el recojo de información, antes de realizar la entrevista, se envió vía WhatsApp un consentimiento informado (Apéndice A) y a su vez, previo al inicio de las entrevistas, se leyó dicho consentimiento junto a cada una de las participantes. De este modo, se confirmó que las participantes habían entendido claramente el objetivo de la investigación, el carácter voluntario y confidencial de su participación y su derecho a abstenerse a responder cualquier pregunta y de retirarse en el momento que deseen. Se aseguró la confidencialidad mediante el uso de pseudónimos que protegen el anonimato de las participantes. Se explicó que la información iba a ser usada únicamente para los fines de la investigación y se pidió autorización para grabar la entrevista, explicitando que dicha grabación sería eliminada al finalizar el trabajo de investigación.

Se tuvo en cuenta el manejo del poder, teniendo presente la distancia cultural, primero solicitando permiso a las autoridades de las asociaciones de artesanas antes de cualquier

aproximación, y al momento de agendar las entrevistas, respetando sus espacios y ajustándonos a los horarios que ellas propusieron para las entrevistas. Adicionalmente, se le compartió a las participantes los datos de la persona encargada de la investigación y su información de contacto en caso surgiera cualquier duda o preocupación posterior a la entrevista. Al finalizar la entrevista, se les ofreció una reunión final de devolución de resultados.

Debido a la coyuntura de pandemia, el contacto inicial y las entrevistas fueron realizadas virtualmente. De igual modo, durante las entrevistas se tuvo a disposición un protocolo de contención en caso alguna participante se movilizara emocionalmente durante la entrevista (Apéndice B). Esto se consideró importante debido a que la coyuntura había afectado emocional- social- y económicamente a un gran porcentaje de la población y se desconocía en qué magnitud pudo haber afectado a las participantes. Dicho protocolo fue utilizado en 2 entrevistas en las que las participantes se vieron afectadas al recordar eventos de su infancia.

En cuanto a criterios de rigor, se tuvieron en cuenta los principios de integridad, transparencia y sistematicidad (Meyrick, 2006; Pistrang y Barker, 2012). Por ello, en coherencia con estos principios se detallaron con claridad las características de las participantes, la elaboración de la guía de entrevista, el proceso de recolección de la información y análisis de la misma. Ello con el fin de tener un registro veraz de los pasos seguidos en el proceso de investigación. Adicionalmente, se realizó un análisis detallado y debidamente deliberado de la información recolectada, el cual se mantuvo fiel a las realidades contextuales de las participantes.

Técnicas de recolección de la información

La información para la investigación fue recolectada mediante entrevistas semiestructuradas a profundidad. Se utilizó primero una ficha sociodemográfica (Apéndice C) y seguidamente una guía de entrevista semiestructurada (Apéndice D). En primer lugar, la ficha sociodemográfica fue utilizada para recoger datos centrales de las participantes como lo son: edad, lugar de nacimiento, tiempo de residencia en Lima y en Cantagallo, estado civil, número de hijos y edad de los hijos.

En segundo lugar, la guía de entrevista semiestructurada fue construida especialmente para este estudio, con la finalidad de conocer a profundidad el rol que juega la elaboración y comercialización de artesanías en la construcción de la identidad de las entrevistadas. Se elaboró una primera versión de la guía de entrevista, constituida por 2 ejes y 24 preguntas. El

primer eje, llamado “Experiencias como mujer artesana”, estuvo compuesto por 12 preguntas con sus respectivas repreguntas; y el segundo eje, llamado “Experiencias en la comunidad de Cantagallo”, estuvo compuesto por otras 12 preguntas con sus respectivas repreguntas. Para la elaboración de dicha versión de la guía se tomaron en cuenta aspectos teóricos vinculados al concepto de identidad desarrollado en la introducción y a su vez se adaptaron algunas preguntas de la guía de entrevista creada por Stoll (2013) para su tesis sobre motivos identitarios en bailarines de break dance. En dicha adaptación, se utilizaron algunas de las preguntas realizadas por Stoll (2013) sobre motivos identitarios, reemplazando lo referido al break dance por artesanía, adaptándolo al contexto de vida de las artesanas y ajustando términos para facilitar la comprensión.

Para garantizar la pertinencia del instrumento, se realizó una primera entrevista piloto con una mujer artesana del colectivo Cantagallo Renace. Gracias a dicha entrevista se tomó nota de ciertos aspectos por mejorar de la guía de preguntas: se agregaron algunas preguntas y repreguntas que se consideraron relevantes y se modificaron ciertos términos que permitirían una mejor fluidez en la comunicación. Así, se logró elaborar una versión final y oficial de la guía de entrevista, la cual constó de 25 preguntas y los 2 ejes anteriormente mencionados. Cabe resaltar que, debido a que la entrevistadora no manejaba la lengua materna de las entrevistadas, constantemente se realizaron adaptaciones necesarias a las preguntas para asegurar la comprensión entre ambas partes de la entrevista.

Procedimiento

El contacto inicial con el colectivo “Cantagallo Renace” fue a través de un mensaje de Facebook dirigido a la lideresa de la organización. En dicho mensaje se le comentó brevemente el objetivo de la investigación y el interés en trabajar con ella. Así, la lideresa compartió su número de teléfono para que se le explique mejor de qué trataba la investigación. Seguidamente, se realizó un segundo contacto vía telefónica en el cual se confirmó su intención de colaborar con la investigación. Para la entrevista piloto se volvió a contactar con ella y se agendó una fecha para la realización de una primera entrevista virtual. La entrevista piloto se realizó mediante la plataforma de videollamada de WhatsApp y tuvo una duración de 50 minutos. En ese primer encuentro se obtuvieron también los datos de otra artesana del colectivo interesada en participar.

Posterior al piloto, se ajustó la guía de entrevista y se procedió a agendar la entrevista con la siguiente participante. Pasada la segunda entrevista, se realizó un contacto con el colectivo “Shipibas Muralistas” a través de un mensaje de Instagram, en dicha comunicación se confirmó el interés de una artesana del colectivo de ser entrevistada y se consiguió su número telefónico. Por WhatsApp se coordinó la fecha de la entrevista y se llevó a cabo sin inconvenientes. Seguidamente, se realizó contacto vía redes sociales con el colectivo Shinan Imabo, en el cual se le solicitó a la investigadora que enviará un correo electrónico con mayor detalle de la investigación. Así, vía correo electrónico se consiguió el número de teléfono de la coordinadora del colectivo, que casualmente era también presidenta de la APASKC. Gracias a dicho contacto, se logró agendar una entrevista con ella y, mediante la técnica bola de nieve, se lograron agendar las últimas dos entrevistas con una artesana de “Shinan Imabo” que coincidentemente pertenecía también a “Shipibas Muralistas” y con una artesana perteneciente a la “APASKC”.

Las entrevistas fueron agendadas (y reagendadas) según la disponibilidad de cada participante y se realizaron en 5 casos por videollamada de WhatsApp dado el contexto de pandemia y en 1 caso por llamada telefónica debido a problemas de conexión a internet de la participante. El trabajo de campo tuvo una duración aproximada de 4 meses entre fines de diciembre del 2020 y fines de marzo del 2021.

Análisis de la información

Al haber finalizado el recojo de información se procedió a realizar una transcripción literal de cada entrevista. Se realizó un análisis de tipo temático, el cual, debido a su flexibilidad, permitió identificar elementos y patrones en las respuestas de las participantes sobre el rol de las artesanías en el proceso de construcción de sus identidades. Para ello, la codificación de la información se realizó manualmente a través de un documento Word y un documento de Excel. A fin de organizar la información recolectada se realizó, en primer lugar, una codificación abierta, la cual permitió describir sistemática y objetivamente la data recolectada a fin de identificar unidades de información (códigos) que conformen categorías de análisis relevantes a los objetivos de la investigación (Scribano, 2000). En los procesos de codificación se obtuvieron 51 códigos agrupados en 10 categorías, las cuales serán descritas a continuación.



Tabla 1*Categorías de análisis y descripciones*

Categorías	Descripción
Aprendizaje y enseñanza de artesanía	Dicha categoría comprende 2 códigos que hacen referencia al aprendizaje de artesanía desde la infancia y en el entorno familiar, y a la enseñanza intergeneracional de la artesanía.
Motivaciones	Dicha categoría refiere a las múltiples motivaciones que se asocian a la práctica de artesanía, ya sea en lo que refiere a las motivaciones para aprender artesanía, a las motivaciones para dedicarse a la artesanía y todo lo que aquello implica, y a la motivación misma de preservar la cultura Shipibo Konibo trascendiendo la artesanía.
Oportunidades de crecimiento	Dicha categoría agrupa los datos recolectados acerca de las oportunidades que encuentran las artesanas en Lima para capacitarse y hacer crecer sus negocios. Así como también, a las estrategias utilizadas para salir adelante, como lo son la organización colectiva y en la innovación de productos.
Beneficios psicosociales de la artesanía	Dicha categoría agrupa los distintos aspectos de la realización o venta de artesanía que generan beneficios psicosociales para las artesanas, tales como: autoestima, bienestar personal, autoeficacia, autonomía, entre otros.
Distinciones inter e intra grupales	Dicha categoría hace referencia a las distinciones que se construyen en los distintos niveles de identidad de las artesanas. En este sentido, se agrupan distinciones interpersonales, intergrupales e intergeneracionales.
Cuestiones étnicas asociadas a la artesanía	Dicha categoría agrupa la información recolectada respecto a los aspectos culturales y étnicos que comprenden la experiencia de ser artesana y de buscar preservar y reivindicar la propia cultura.
Características colectivas auto percibidas	Dicha categoría hace referencia a las características de personalidad, de rutina y a los valores que las artesanas reconocen como propios y compartidos entre ellas mismas.
Artesanía como actividad colectiva	Dicha categoría incluye conjuntos de datos que sugieren un sentido de pertenencia intragrupal entre las artesanas, ya sea por la caracterización de la artesanía como una actividad colectiva, por

	emociones vinculadas a pertenecer a un colectivo de artesanas o por las relaciones interpersonales que desarrollan dentro de la comunidad a partir de la realización de artesanía.
Vulnerabilidad a la discriminación	Dicha categoría agrupa la data encontrada sobre la vulnerabilidad a la discriminación por género en la que se encuentran las artesanas por su género y oficio, y a la vulnerabilidad a la discriminación étnica en la que se encuentran por el hecho de ser indígenas migrantes en la capital.
Datos de contexto	Esta es una categoría amplia que incluye todos los datos contextuales propios de las experiencias de vida de las artesanas, tales como motivos de migración, condiciones de vida, desafíos y adaptación a la vida en Lima, entre otros.

Finalmente, dichas categorías fueron agrupadas en 3 temas que permiten organizar los hallazgos a partir de la teoría revisada sobre identidad y procesos asociados. Dichos temas fueron: el proceso de construcción identitaria, el continuo psicológico de identidad personal-social y los motivos psicológicos de la identidad.

Resultados y Discusión

Cultura shipiba, Artesanía y Exclusión Social: Marcos de la Construcción Identitaria

En tanto el proceso de construcción de la identidad se desarrolla a través del tiempo, en base a experiencias individuales, relaciones sociales y factores ambientales (Contreras et al., 2010), se ha considerado relevante analizar el contexto en el cual las participantes han construido y siguen construyendo aspectos de sus identidades. En primer lugar, situándonos en las infancias y adolescencias de las participantes, se encontró que todas han sido criadas de acuerdo con las costumbres de la cultura Shipibo Konibo, aprendiendo a realizar artesanías desde edades tempranas en entornos familiares.

La artesanía desde la barriga de mi mamá porque mi mamá hacía desde chica también su mamá le enseñó y yo igual. Uno nace, crece y hace artesanía. Desde los 5 añitos nos enseñan a hacer pulseritas las cosas más básicas. Luego viene el proceso de enseñanza de cerámicas (...). En mi edad de 8 años yo ya hacía un montón de cerámicas y mi mamá llevaba a hacer trueques en Iquitos. (Silvia, 32 años)

Como es conocido, la etnia Shipibo Konibo originalmente radica en la cuenca del río Ucayali; sin embargo, miles de familias shipibas migran desde 1991 a Lima y otras ciudades del país en busca de oportunidades y mejores condiciones de vida (Kennedy, 2011; Vega, 2014). En el caso de las participantes, se encontraron dos motivos distintos por los cuales migraron a la capital: presencia de terrorismo en su comunidad y la búsqueda de oportunidades económicas. El primer motivo es presentado por dos entrevistadas, las hermanas María y Lucinda, que contaron que su padre siendo el Apu de su comunidad estaba siendo amenazado por los terroristas que querían asentarse en su comunidad.

En aquel tiempo ya mi padre no podía trabajar en la chacra porque él era perseguido por los terroristas porque él era jefe de la comunidad que querían conformar un comité de terrorismo y mi padre oponía porque no quería que formen ese grupo en la comunidad. Entonces así mi papá buscaba la forma de escaparnos de eso y ya mi mamá venía vendiendo la artesanía, hasta que un día ya mi padre decidió huir de ahí. Nosotros hemos tenido que salir de la comunidad no porque hemos querido "vamos a la ciudad",

no fue eso. Son historias muy tristes que hemos pasado en nuestras adolescencias.

(Lucinda, 50 años)

Este caso es bastante particular debido a que no fue la pobreza el factor contextual clave que motivó su migración a la ciudad, sino fue la necesidad de supervivencia y de seguridad, generadas forzosamente por el contexto de violencia política que se vivió en la época de los noventa y afectó directamente a su familia. Cabe destacar que lo que facilitó que la familia migre fueron los contactos que tenía la madre en Lima, debido a su profesión como artesana. Las otras cuatro participantes migraron en búsqueda de mejores oportunidades de venta de artesanía y mejores condiciones de vida para ellas y sus familias:

Migré a Lima por motivo de trabajo; en la comunidad no hay nada de trabajo. (...). Acá en Lima no es como en la comunidad, en la comunidad no hay donde vender la artesanía. Acá hay mucha venta, hay oportunidades donde vender nuestro arte, por eso yo sigo trabajando en arte. (Susana, 50 años)

En este sentido, para las participantes que ocupan roles de liderazgo en sus agrupaciones de artesanas y que pertenecen a dichas agrupaciones desde hace ya un tiempo considerable (más de un año), mudarse a Cantagallo a dedicarse a la artesanía, fue, por un lado, una oportunidad de salir adelante económica- y profesionalmente, salir de la pobreza, subvencionar los estudios de sus hijos(as), entre otros. Y, por otro lado, implicó representar a su comunidad ante el resto del Perú y el mundo.

La artesanía es quien me da la oportunidad de abrirme al mercado, conocer más gente, me da la oportunidad que de esta manera puedo estudiar lo que yo no pude en su momento cuando yo era joven. (...) La diferencia entre Loreto o Pucallpa es que no hay oportunidad. No hay mucha visibilización de lo que acá estamos haciendo en Cantagallo. Cantagallo es una comunidad embajadora donde que ya todo el mundo, diferentes personalidades vienen y conocen nuestras artesanías. Entonces prácticamente somos embajadoras. (Silvia, 32 años)

Sin embargo, este no es el caso de todas las participantes, ni de todas las artesanas de la comunidad, pues como es reportado por las entrevistadas, insertarse al mercado nacional

es un desafío importante. En general, se reportaron grandes dificultades para poder acostumbrarse a la vida en Lima y a la venta de artesanía en la ciudad, y la mitad de las participantes reportó actualmente pasar por periodos de poca venta, lo cual se traduce en un flujo intermitente o inestable de ingresos económicos.

Para una mujer artesana no es fácil, (...) una mujer artesana hay que ser siempre con mente positiva porque no es que todos los días vendes, vendes y vendes. Hay poca venta, pero nunca nos rendimos y con eso también nos identificamos como shipibas y no es fácil ser mujer indígena, ser mujer artesana. (María, 42 años)

Adaptarse al estilo de vida urbano significó un gran desafío para al menos un tercio de las participantes, quienes relatan que cuando recién llegaron a Lima se les hacía difícil entender cómo movilizarse por la ciudad, cómo ofrecer sus productos en las calles, cómo explicar el significado de sus artesanías, cómo cobrar e incluso tenían dificultad en comunicarse debido a la brecha de idioma.

Mira cuando yo migré, vine de la selva por primera vez a una ciudad tan grande. Para mí no ha sido fácil, ha sido muy difícil de migrar aquí a la capital porque me acuerdo de que la primera vez cuando yo vine no sabía ni salir a vender artesanías, yo llegué aquí en capital cuando ya tenía a mi hija y entonces fue muy difícil venir de la comunidad a la ciudad porque yo nunca sabía cómo ir al mercado nunca veía tantos carros y sentía como que me han cerrado porque no podía salir. Pensaba ‘cómo saldrán en la calle, cómo tomarán su carro, cómo bajarán’ cosas me venían en la cabeza. (...) Para mí era muy difícil ofrecer a la gente limeña, era muy cohibida muy sonsita, me preguntaban y yo primero tenía que correr a mi mamá ‘cuánto costaba’ y cosas así, pero ya con el tiempo fui aprendiendo más y más porque a veces también partes que no entendía del castellano. (María, 42 años)

En esta línea, pese a los esfuerzos que se vienen realizando para el crecimiento de la comunidad, se reportan altos índices de pobreza evidenciada en hacinamiento, falta de títulos de propiedad, carencia de servicios básicos e infraestructura, baja escolaridad, etc. (Espinosa,

2019, Vega, 2014; Kennedy, 2011; Osnayo, 2013). Sobre ello, en las entrevistas se ha podido identificar que la pobreza y la falta de oportunidades han sido factores determinantes en la vida de las artesanas, que las ha acompañado desde su infancia hasta la actualidad.

Agua, desagüe nunca he tenido, ni ahora que se supone que ya estoy viviendo tranquila (...). A mí mis abuelitas me criaron desde los 6 años, ellas eran artesanas y hacían sus trabajos, sus pintados, los bordados hacía para vender a los extranjeros que venían a la comunidad. (...) Por eso, no tengo estudio superior. (Susana, 50 años)

A las problemáticas detalladas previamente se les suma la discriminación étnica y de género. Al respecto, las participantes relatan haber sufrido múltiples experiencias acoso por ser mujeres amazónicas, al vender artesanía ambulatoriamente y utilizar sus vestimentas típicas en las calles de Lima.

Algunas veces nos dijeron... 'ellas son artesanas', como si nosotros fuéramos un bicho. No somos bicho. Somos personas que con nuestra propia creatividad salimos adelante y sacamos pecho por nuestro país Perú. (...) 'esta charapa caliente' fastidiosos dicen, pero en ningún momento nosotros pedimos limosna. Ofrecemos y si alguien le gusta pueden colaborararnos de corazón, pero no insultarnos. Porque eso se llama la mala educación. Nosotros no hacemos problemas a nadie. "Las charapas" nos dicen. Nosotros no somos charapas, no somos animales, somos personas iguales a todos. Igual sangre, la sangre es roja. Seremos Shipibo, pero shipibos del Perú. De este país, no de otro país. Queremos que nos valoren porque nosotros gracias a nuestra cultura Perú está arriba. Porque Perú es migrante, la Lima es migrante. Hay costa, sierra y selva, pero con respeto. (Olivia, 51 años)

En esta línea, si bien se ha identificado que la discriminación étnica experimentada por las artesanas genera dolor y emociones de confusión, tristeza y/o frustración, a su vez, las impulsa a buscar reivindicar su cultura a través del arte, el cual les significa un medio para la enseñanza de sus tradiciones. Ello debido a que asocian la discriminación y los malos tratos con la ignorancia o el desconocimiento del valor que le aporta lo shipibo al patrimonio

nacional, y existe una creencia basada en sus experiencias en la capital, de que mientras más difundan su arte y cultura, serán más valoradas por la sociedad limeña y consecuentemente menos discriminadas.

Discriminan porque no saben, también pueden ser ignorantes [los limeños]. Pero cuando conocen la cultura, el arte, aprenden el valor y empiezan a respetar. Eso lo hemos aprendido por los años que tenemos ya acá en Cantagallo. (Edith, 28 años)

Pero la discriminación no se queda en las calles. Dentro de sus familias (por sus parejas) y comunidades (por autoridades comunitarias), relatan haber sido excluidas, minimizadas y/o maltratadas por ser mujeres.

Las mujeres dentro de nuestra comunidad pasamos mucho, nuestros maridos son un poco discriminadores, son machistas, nos minimizan... que no somos importantes. (...) -los hombres de la comunidad- no te quieren dar la oportunidad, ellos mismos quieren participar en todo y que minimiza y que no podemos y que no estamos preparados. (Silvia, 32 años)

Según relatan las participantes, en la tradición shipiba, es el “padre de familia” quien provee al hogar, mientras que la mujer se encarga del cuidado de los hijos, el hogar y a la producción de artesanía para uso personal, doméstico o para la venta ocasional a turistas. Ello va de acuerdo con el estudio de Zavala y Bariola (2007) en el cual, se encuentra que las labores domésticas y la artesanía que realizan las mujeres shipibas de la Amazonía no son consideradas “trabajo”, mientras que las labores del hombre sí, lo cual le otorga una mayor agencia y poder dentro de su hogar y dentro de la comunidad. Sin embargo, como puede verse a continuación en el imaginario social de las participantes, dichos roles tradicionales ya no poseen la misma vigencia o protagonismo:

Hay varones artesanos también, pintores (...) [¿Hay diferencias entre mujeres y hombres artesanos?] No lo hay, antiguamente había. El hombre no tenía que hacer el arte, sólo la mujer. Porque si no, no funcionaba su parte íntima o que era maricón, se volvía marica. Así era la costumbre. La mujer tenía que hacer las cosas de la casa y el hombre tenía que hacer la pesca, la agricultura. Entonces no pues, la mujer también puede

sembrar, también puede hacer chacra, también puede pescar. Y el hombre también puede hacer bordado en tela, también puede cocinar, también puede lavar. Todos pueden hacer todo, entonces lo mejor es buscar igualdad de género e igualdad de oportunidades. (Olivia, 51 años)

Si bien se percibe que aún existen rezagos, se considera que los roles de género tradicionales de la familia shipiba se han flexibilizado considerablemente a raíz de la migración, pues las condiciones geográficas no le permiten al varón realizar sus oficios tradicionales y existe un mayor mercado para la venta de artesanías. Ello resulta coherente con estudios previos realizados en Cantagallo, donde se detalla la notoria diferencia entre los roles que cumplen los hombres y mujeres shipibos en la Amazonía y en Cantagallo (Zavala y Bariola, 2007; Kennedy, 2011; Macahuachi et al. 2019; Barriola, 2014; Osnayo, 2013). En este sentido, según relatan las participantes, en la comunidad de Cantagallo los roles se han adaptado a las necesidades del nuevo entorno, impactando positivamente en la forma en la que las mujeres shipibas actúan, sienten y se perciben a sí mismas.

Hay hombres y mujeres artesanos y artesanas. Hoy en día hay varones que también hacen arte kené y también hacen bisutería. Entonces hay diferencia entre que los varones también van a trabajar y también ayuda a sus mujeres en la casa. Ambos ya que se pueden ayudar. (Lucinda, 50 años)

Habiendo ya abordado los desafíos enfrentados por la migración, la pobreza y la discriminación, y como la comunidad, desde los ojos de las participantes, se ha ido adaptando a dichas problemáticas en miras de superarlas, queda por desarrollar el impacto que ha tenido la pandemia por COVID-19. En primer lugar, reportaron haber experimentado fuertes bajas en la venta de artesanía, debido a que perdieron el acceso a los espacios en los que solían vender (ferias y mercados). Frente a ello describieron distintas estrategias, basadas en la organización colectiva, que implementaron para superar los obstáculos de la pandemia y la cuarentena.

En lo que respecta a salud, relatan haber sobrevivido mediante el uso de plantas medicinales y prácticas ancestrales de curación. En lo que respecta a lo económico, las participantes describieron 2 iniciativas: el colectivo Shinan Imabo creado para poder participar de ferias virtuales; y el colectivo de Shipibas Muralistas creado poder ofrecer al

público vía redes sociales el pintado de murales con diseños kené y artesanías. Dichos hallazgos corresponden a una estrategia histórica que realiza el pueblo Shipibo Konibo para afrontar diversas dificultades en sus entornos (Espinosa, 2019; GIAPUCP, 2013; Defensoría del Pueblo, 2016; Chirif et al., 1977) y que cobra relevancia nuevamente tras la migración a Lima para afrontar las adversidades de la vida urbana (Zavala y Bariola, 2007). Resalta la conformación del colectivo “Cantagallo Renace”, al cual pertenecen 2 de las participantes, pues este surgió también como una estrategia para salir adelante tras el incendio ocurrido en la comunidad el 2016.

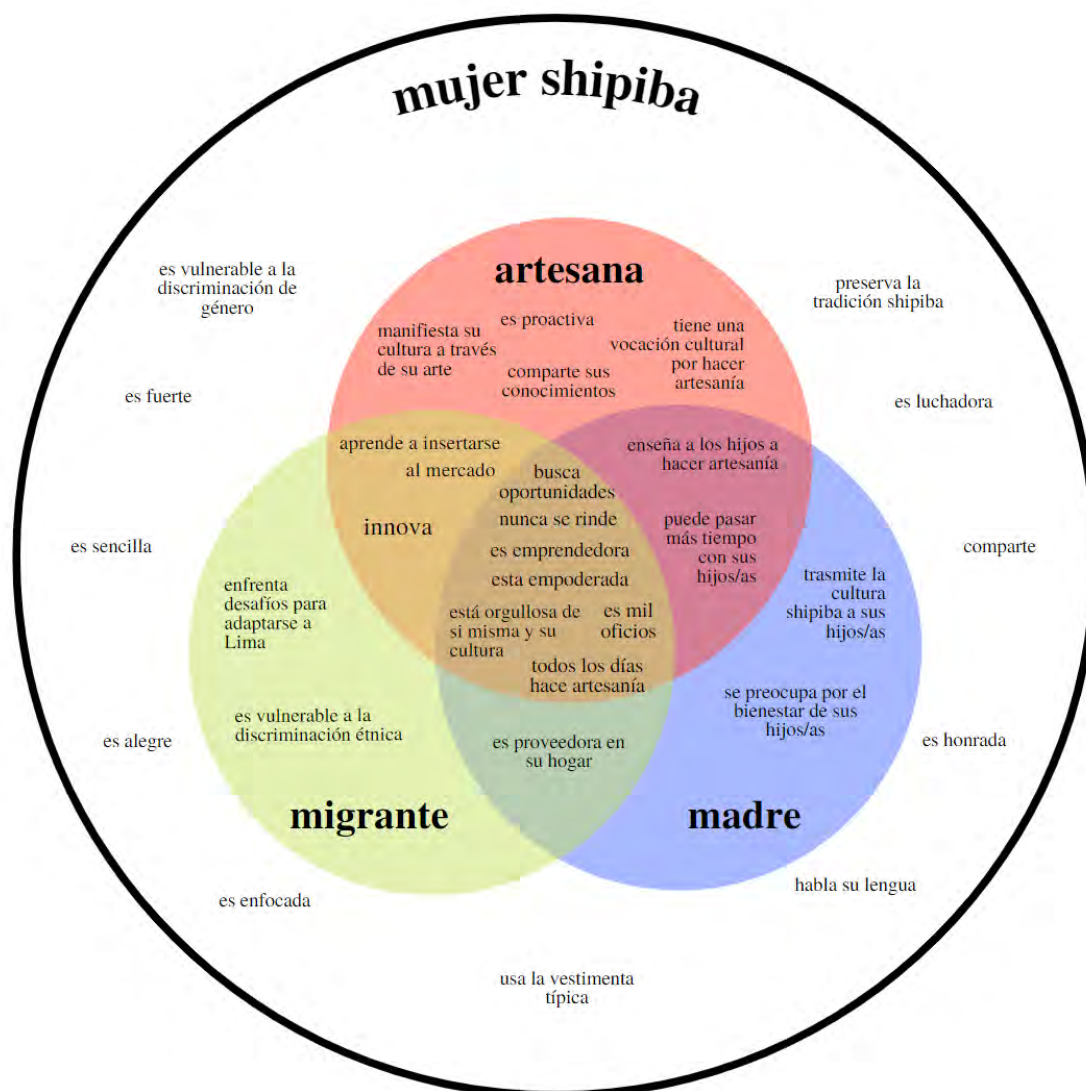
En la comunidad éramos ‘las madres artesanas’ pero no teníamos nombre. Después del incendio como hemos perdido todas nuestras cosas, nos quedamos sin nada. Ahí vino Cantagallo Renace con otra mirada con más fuerza con más energía de demostrar a pesar de que nos pasamos tuvimos que hacer una mirada más diferente en forma de resiliencia. (Silvia, 32 años)

Ser mujer, shipiba, madre, artesana y migrante: el vínculo indivisible entre lo social e individual

Se han identificado 4 categorías sociales, a las cuales las participantes se adhieren en sus discursos: la más amplia es “mujer shipiba”, dentro de la cual se encontraron 3 subcategorías yuxtapuestas: “migrante shipiba”, “madre shipiba” y “artesana shipiba”. Dicho proceso de autocategorización (Hog y Reid, 2006), implicaría que las participantes construyen sus identidades y manifiestan conductas en función a dichos grupos.

Figura 1

Relaciones entre categorías sociales a las que se adscriben las mujeres shipibas y características atribuidas a dichas categorías



Fuente: elaboración propia

A grandes rasgos, se observa que la categoría de mujer shipiba se conforma por características autopercebidas por las entrevistadas (luchadora, enfocada, fuerte), por valores compartidos (honradez, sencillez, solidaridad) y por costumbres culturales (preserva la tradición, habla su lengua, usa la vestimenta típica). Dichas categorías guardan relación con el concepto de autoestereotipo, propuesto por Latrofa, Vaes y Cadinu (2011), en tanto éste plantea que la asimilación de los conocimientos estereotípicos que se tienen del endogrupo permite reafirmar el self dentro de una identidad grupal amenazada y funciona como una estrategia de defensa de grupos vulnerables a la exclusión social (Latrofa et al., 2011).

Estas categorías y subcategorías no son excluyentes, por el contrario, pueden convivir simultáneamente según las distintas situaciones en las que se encuentra la persona (Turner, 1999; Turner et. al, 1987). De este modo, las subcategorías mujer shipiba migrante, madre y

artesana, tienen características estereotípicas comunes. Se trata de personas que buscan oportunidades, que nunca se rinden que son “mil oficios”, es decir, hacen de todo para salir adelante, que emprenden, que están empoderadas y que realizan artesanía como parte fundamental de su rutina diaria:

Tejido, bordado, pintado y también cuadros en madera, en lienzo. Ser artesana significa ser mil-oficios. Si no sale esto, entonces salgo adelante con esto. Y el cantar también, no solamente se gana haciendo, también se tiene que cantar. (...) Aquí hay muchas mujeres artesanas pero que también trabajan en limpieza, en restaurante. O sea, hay diferencias ramas que han agarrado, pero más están en la artesanía. (...) Las mujeres de la comunidad nunca están sentadas ahí. Sin plata hacen su arte, apenas consiguen su pasaje y se van. En nuestra tela o nuestros collares ahí está el dinero. (Olivia, 51 años)

La rutina de una mujer artesana es bordar por varias horas y dos veces al día. También hacemos nuestras cositas: limpiamos, lavamos. Cuando ya terminamos de hacer todo eso ya agarramos nuestra tela y estamos bordando. (Edith, 28 años)

A su vez, destaca el profundo orgullo que siente por su cultura y por sí misma: por su trabajo, por haber y seguir desarrollando sus propias habilidades y por su capacidad de resiliencia al haber sobrevivido múltiples dificultades sociales, ambientales y económicas. Se identifica una dimensión afectiva potente que acompaña la adaptación a la ciudad y el cumplimiento de metas mediante a la artesanía y no, por otros medios no tan valorados por ellas mismas como el de “pedir limosna”. El haber logrado salir adelante como migrantes artesanas y como madres ahora no solo tienen el rol de criar sino también de proveer, hace que sientan orgullo de en quienes se han convertido o se están convirtiendo: mujeres que ahora se sienten capaces de lograr de todo.

Me siento yo misma muy orgullosa de mí misma. Me doy cuenta de que rompí ese hielo de dificultades que tenía, y ahora detrás veo que antes y después que yo me veo yo misma es que yo puedo todo. Que sé muchas cosas y que día a día voy aprendiendo más. Todo para difundir mi cultura y mi arte, infinidad de cosas, cuestiones de la cultura

viva: los cantos ikaros también o los diseños culturales, imagínate tantas cosas. Y me veo que estoy creciendo. (Lucinda, 50 años)

Ser migrante, como categoría particular, abarca el ser vulnerable a la discriminación étnica y el tener que afrontar múltiples desafíos para poder vivir en Lima. En esta línea, la problemática de la discriminación no es exclusiva de los migrantes shipibos a Lima, sino que es compartida entre distintos grupos indígenas que pasan por procesos migratorios similares, está por ejemplo el caso de migrantes Ashaninkas en Lima (Belli, 2014) y Aymaras en Bolivia (Lora, Roth y Musitu, 2011).

No fue rápido (adaptarse a la vida en Lima), tenemos que sufrir discriminación entre nosotros los peruanos nos discriminamos. (...) Mi papá nos llevaba, yo era chica y las madres artesanas vendían su arte en Huachipa y ahí escuchábamos cómo nos discriminaban. Como persona nosotros nos duele, sentimos, no soy piedra soy un ser humano que siente que piensa. Nos hacían sentir mal pero a la vez nos enorgullecía porque nosotros ofrecemos nuestro trabajo y no pedimos limosna a la gente entonces eso mostramos a la capital y al mundo. (Silvia, 32 años)

Y como se observa en la figura 1, la categoría de migrante se yuxtapone con otras dos. En primer lugar, ser migrante y ser madre comparten una característica esencial para la identidad de las participantes: tener un rol de proveedora dentro del hogar. Como se ha visto en la sección anterior, la madre shipiba migrante adquiere dicho rol proveedor al encontrar en Lima mayores oportunidades para vender su artesanía y así generar mayores ingresos. Ello no solo implica que las familias shipibas tengan un ingreso extra, sino que también permite que las mujeres que deseen ser independientes puedan serlo. Así, aparecen casos de madres que crían solas a sus hijos(as) y afrontan los desafíos que esto conlleva.

Cuando tengo pedidos sabes me quedo hasta qué hora... hasta las 12 de la noche, 1 de la mañana. Peor que soy papá y mamá de mi hija tengo que luchar todos los días. Todos los días para pagar mi agua, mi luz, para hacer mi mercado (...) Mi hija también me ayuda a tejer, entonces ella estudia, pero a veces le digo ayúdame me vence el tiempo o el día y ella me ayuda. Así yo vivo trabajando de aquí para allá. (Lucinda, 50 años)

En segundo lugar, ser migrante y ser artesana comparten características asociadas a la inserción en el mercado nacional. En este sentido, está por un lado el aprender habilidades para insertarse y competir en el mercado, que se da ya sea gracias a talleres o gracias a la misma experiencia; y, por otro lado, la innovación, la cual es una necesidad que se identifica, también gracias a talleres o experiencias, y que permite una mayor venta. Así, la mujer artesana pasa de ser alguien que solo reproduce sus saberes ancestrales, a ser alguien que *innova* con sus saberes ancestrales, resignificando su vigencia en el mundo contemporáneo y en contextos de ciudad, manteniendo el sentido estético y cultural, pero adaptándolo a un mercado en constante evolución.

Antes nosotros solo hacíamos en tela, con mostacillas con diseños kené, pero hoy en día estamos aprendiendo a plasmar en diferente material, estamos haciendo serigrafías, xilografías, también estamos haciendo tapetes en algunas maderas, que son novedades. Anteriormente no sabíamos hacer esas cosas y hoy en día estamos aprendiendo a hacer nuestros diseños kené en diferentes materiales que es lo más hermoso y lo más bonito y así es más fácilmente transmitir y poder compartir. (María, 42 años)

Respecto a ser madre, como categoría particular, ésta incluye el transmitir la cultura shipiba intergeneracionalmente, lo cual involucra enseñar costumbres, valores y la lengua; y, el preocuparse por el bienestar de los hijos/as, lo cual involucra su supervivencia y educación. En esta dimensión de la identidad de las participantes se destaca el sentido de responsabilidad y la búsqueda de estrategias para brindarle oportunidades a los hijos/as a pesar de las limitaciones y sacrificios que implique.

Yo soy mamá sola, pero estoy orgullosa de ser una mamá responsable. (...) Yo le mandé a provincia a mis hijos para que estudien porque aquí no alcanzaba lo que yo ganaba por eso yo mandé a provincia para que siga estudiando para superior. (Lucinda, 50 años)

Asimismo, las características que se yuxtaponen entre las subcategorías madre y artesana son complementarias a las mencionadas. Por un lado, está el poder pasar tiempo con los hijos/as, al poder trabajar en casa o en casi cualquier lugar al que lleven sus materiales y tener la posibilidad de organizar sus tiempos en función a los horarios que les demande la crianza. Este punto es importante para ellas porque les significa libertad y convierte a la

artesanía, no solo en un oficio tradicional que disfrutan y hacen bien sino como un oficio que encaja adecuadamente en su estilo de vida como madres. Por otro lado, está la enseñanza intergeneracional de la artesanía: las participantes le enseñan a realizar artesanías a sus hijos/as desde que son pequeños (5 años aproximadamente), reproduciendo las técnicas de enseñanza que sus madres o abuelas utilizaron con ellas. Así, continúan con la tradición de que las hijas apoyen con tareas sencillas, y en algunos casos se incluye también a los hijos varones, bajo la percepción de que la artesanía ya no es necesariamente una práctica netamente femenina. Este hallazgo complementa literatura previa que evidencia y describe como los roles de género shipibos se flexibilizan tras la migración a Lima (Barriola, 2014; Osnayo, 2013; Macahuachi et al. 2019).

Dentro de la categoría particular de *artesana*, se encuentran distintas particularidades descritas por las entrevistadas. En primer lugar, está la vocación cultural por dedicarse a la artesanía, que implica pasión por el oficio y motivación para emprender y perseverar en ese camino. Se habla de una vocación cultural, porque se asocia el oficio de artesana con el mismo significado de ser mujer shipiba: ser shipiba es ser artesana. Poniéndose en contraste con otros tipos de empleo, que no son propios de su cultura y rompen con su identidad indígena.

Por más que yo no tuviera ingresos diarios o mensualidad, nunca me gustó trabajar de empleada. Y siempre mi mente fue ser una mujer shipiba, indígena, emprendedora, ser mujer artesana. Venda o no venda, gane mucho o no, estoy ahí con mi trabajo y con mi arte. (María, 42 años)

En segundo lugar, está el ser "proactiva". Las participantes describen a la mujer shipiba artesana como alguien que no se queda nunca cruzada de brazos, sino que es alguien que está constantemente motivada y motivando a las demás personas a trabajar. En tercer lugar, está el compartir los conocimientos: las participantes destacan bastante que una mujer shipiba comparte, y en este sentido, una artesanía shipiba enseña, ya sea tanto a otras mujeres shipibas que desean aprender en su adultez a hacer artesanía, a perfeccionar sus técnicas, a innovar y/o a vender, como a personas fuera de la comunidad que desean aprender de su cultura y cosmovisión. Ello guarda relación con el estudio de Del Carpio (2012) donde se encuentra que, la artesanía es una actividad que usualmente se realiza de manera colectiva y que, no solo se transmite intergeneracionalmente, sino también socialmente.

Hasta ahorita yo estoy enseñándole a las mamás, miran ahorita llevo una mamá *muestra en cámara a una mamá que está bordando*. Así comparto mis experiencias con las mamás, las mamás confían en mí y yo tengo que enseñarles lo que ellas no saben. (Susana, 50 años)

En cuarto y último lugar, está la motivación por manifestar la cultura shipiba a través del arte, lo cual guarda relación con el compartir de conocimientos a personas fuera de su comunidad. Al respecto, las participantes relatan tener una marcada motivación por hacer conocida, reconocida y valorada su cultura y sus conocimientos ancestrales, lo cual planean lograr a través de la difusión del arte kené. Ello debido a que en su arte se encuentran significados asociados a sus valores y cosmovisión étnica, y a que, al compartirlo, despiertan genuinas emociones de bienestar personal y orgullo.

Enseñar nuestra cultura, nuestro arte, es lo más hermoso, lo que me hace sentir el orgullo que me nace de corazón. Y no ser mezquino de nuestros saberes, compartir también. Cuando hacemos nuestros murales invitamos a los voluntarios y así nosotros compartimos nuestros saberes (María, 42 años)

Entonces, es posible reconocer que las mujeres shipibas mantienen una valoración positiva de las categorías a las que se adscriben y consecuentemente, mantienen valoraciones positivas de sí mismas. Ello resulta coherente con la aproximación interaccionista de la Identidad Social (Thorne, 2004), la teoría de la Comparación Social (Hinkle y Brown, 1990), y los planteamientos de Tajfel y Turner (2001) que sugieren que la membresía a grupos implica una evaluación y valoración de sí mismo que surge de la evaluación y valoración del grupo al que se pertenece. Así, para las participantes la artesanía representa un oficio tradicional y honrado, que no solo es una fuente de empoderamiento, orgullo y bienestar, también les permite ayudar y liderar a otras mujeres.

(La artesanía como oficio) me ha hecho sentir importante, mujer lideresa, mujer empoderada (...). Yo estoy trabajando honradamente, no pido limosna a nadie, yo mismo ofrezco lo que a mí me viene, yo mismo soy modelo de mis prendas, de lo que

yo hago. (...) Me ha hecho de otra manera y de esa forma puedo apoyar y ser el ejemplo de muchas mujeres que sufren. (Silvia, 32 años)

Por otro lado, se ha podido reconocer que en el grupo de participantes los elementos que componen la identidad social y personal parecen yuxtaponerse, pues las 4 categorías sociales a las que están adheridas las participantes funcionan también como características individuales. En esta línea, los atributos individuales que distinguen a las personas y conforman la identidad individual (Galicia, 2013), en el caso de las participantes, son mayormente compartidos debido a la homogeneidad en las condiciones e historias de vida que describen. Ello se evidenció, por ejemplo, cuando se preguntó acerca de sus rutinas diarias, las cuales fueron descritas de manera bastante similar entre todas las participantes.

Dichas características podrían ser consideradas como distintivas si se colocan en contraste, por ejemplo, con las características de una mujer limeña de clase media, incluso si es que dicha mujer fuera también madre o artista, lo cual permitiría entender la identidad individual de las participantes bajo el marco teórico de Morales (2007) y Páez et al (2004), quienes asocian dichas cualidades particulares de la persona como propias del nivel individual de la identidad. Sin embargo, en el caso de las participantes, podría sugerirse la existencia de una identidad fusionada, la cual ocurre cuando la persona experimenta profundos sentimientos de unión o, mejor dicho, de “ser uno” con el grupo al que se pertenece, de modo que los límites entre la identidad individual y colectiva resultan bastante permeables y consecuentemente poco concretos (Swann et al. 2012). Al respecto, existen dos investigaciones previas realizadas en Perú en miembros de la comunidad judía (Cañas, 2019) y de la comunidad Nikkei (Hiyagon, 2021), en las que se describen vivencias similares en cuanto a la identidad personal y social de los miembros de dichos grupos, y de igual manera, identifican este fenómeno como el de la identidad fusionada (Swann et al. 2012).

La comunidad es cultura, hombres y mujeres somos cultura viva somos Amazonía, somos como la identidad cultural, no diferencia ni varones ni mujeres todos somos iguales, entonces la comunidad valora mucho la cultura. (...) -respecto a la identidad cultural- Lo que yo entiendo... es como nuestro DNI, como yo puedo identificarme como mi DNI, puedo identificarme con mi vestimenta. (Lucinda, 50 años)

Significados de la artesanía para la mujer shipiba y su relación con los motivos identitarios

A la artesanía se le atribuyen significados de corte funcional, afectivo-cognitivo, colectivo-cultural y existencial, que respaldan la decisión de dedicarse a ella y que pueden vincularse a lo identitario. Estos hallazgos resultaron coherentes con el estudio de Del Carpio (2012), en el cual se discutió que la artesanía como oficio se asocia a los motivos identitarios de autoestima, eficacia, agencia, pertenencia y distinción. Aunque, en el presente se discuten adicionalmente vinculaciones con el motivo de continuidad y significado.

El aspecto económico es una de las principales respuestas que aparece cuando se les pregunta a las participantes las razones por las cuales se dedican a la artesanía. Posterior a la salida de sus comunidades de origen, las participantes encuentran en Lima un nuevo universo de oportunidades económicas relacionadas directamente a la artesanía, lo que les permite, por primera vez, mantenerse a sí mismas y a sus familias. Así, el significado que tiene la artesanía para las comunidades shipibas de la Amazonía, en Lima se transforma, evolucionando para volverse un símbolo de superación personal, familiar y comunitaria.

La bisutería me levantó económica y emocionalmente. Por más que no puedo vender mucho... porque ese es mi trabajo, si no vendo mi arte no como. Por eso todos los días ese es mi trabajo que yo hago y si yo no lo hago como es que, si fuera, que alguien no está trabajando en la oficina, que no va a trabajar (...). Acá todas le damos duro al trabajo, a la artesanía y así nos venimos buscando la oportunidad. La artesanía significa el mercado. (Lucinda, 50 años)

El dinero que ganan se traduce en poder. El dinero y el saberse capaces de generar dinero, empodera a las participantes y les otorga mayor voz y voto dentro de sus hogares y en la comunidad. Tanto así que la artesanía ha significado liberación y una primera oportunidad de independencia, para las participantes que previamente estuvieron en relaciones románticas marcadas por la dependencia emocional y económica. Como menciona una de las participantes: “Hay mujeres que ya no quieren tener ni marido. Su marido es el arte, ese es el mejor esposo que no traiciona, que no maltrata. Con eso criaron a sus hijos y siguen criando, eso da la oportunidad” (Olivia, 51 años).

Estos hallazgos son coherentes con las conclusiones de la investigación realizada en Cantagallo por Sabroso (2022) en la cual se evidenció que la monetización de la artesanía les

ha otorgado a las mujeres artesanas la oportunidad de ganar mayor autonomía en sus vidas personales y de ocupar espacios tradicionalmente masculinos en roles vinculados al hogar y a la gestión comunitaria. Las participantes que logran ocupar roles de liderazgo tienden a reconocer en sí mismas esta evolución personal y a promover el empoderamiento, la perseverancia y la resiliencia en las demás mujeres de la comunidad. Así, se podría sugerir un proceso de construcción colectiva de la identidad, en el cual, las lideresas de la comunidad se vuelven referentes e impulsoras de lo que significa ser mujer shipiba.

Para mí es muy importante empoderar a las mujeres, que ya no estén llorando, que ya no estén inútiles, sino que sientan que tienen coraje para salir adelante, que son mejor que el que humilla (...). Que se quieran uno mismo, si es que te maltratan ya déjalo, pero tú sigues adelante. Porque si tú no quieres a ti mismo, quien te va a querer, nadie te va a querer. Más bien es uno mismo quererse y después descubrir nuestro don y seguir adelante. (Olivia, 51 años)

Complementando el tema económico y de poderes, la artesanía como oficio en sí mismo les permite a las artesanas una mayor flexibilidad horaria para responder a sus responsabilidades de crianza y adaptarse a las necesidades de sus familias. Estos tres puntos confluyen para poder afirmar que la identidad mujer-madre-artesana-shipiba, desde lo funcional, responde a la función de agencia (Simon, 2004), pues dedicarse a la artesanía les otorga a las participantes una mayor sensación de control sobre sus propias acciones y vidas a nivel personal, familiar y comunitario.

Por otro lado, como estrategias para mantenerse vigentes en el mercado y poder seguir monetizando de la artesanía, se habló de la innovación y de la creación de colectivos o asociaciones. Esta constante búsqueda y encuentro de mejora y crecimiento en el arte y la venta, refuerza sentimientos de competencia individual (a nivel artístico) y comunitario (sienten que en agrupaciones son más eficientes, tanto en producción como en venta). Así, la función identitaria de eficacia (Páez et al, 2004; Breakwell, 1993) se ve reflejada en dicha noción de capacidad que describen las participantes que se han convertido (o están en camino a convertirse) en expertas en su profesión e incluso en maestras para otras artesanas shipibas.

Tuve la oportunidad de llevar algunos talleres, así me abrieron las puertas, me ayudaron con mi logo y creé mi marca. Cuando uno hace amor con pasión, cuando tienes arte en

las manos en nuestras venas, sigues innovando con más cosas más cosas. Ahora estoy con mochilas, con bolsas y mascarillas también. Mascarillas me hizo conocer a nivel mundial, ahora estoy trabajando con una marca de Nueva York, bordando para ellos. (...) Esto me hace sentir capaz, a mí y a las otras mamás con las que trabajo. (Silvia, 32 años)

Ser mujer artesana es ser una mujer profesional intelectualmente, culturalmente, inteligentemente y que lleva el arte. Ahora que me dedico al 100% a la artesanía me siento preparada, me siento fuerte. (Lucinda, 50 años)

Por otro lado, la artesanía como oficio, no solo promueve la conformación de colectivos para generar mayores oportunidades de venta sino también para el compartir de conocimientos. Ello resulta coherente con la aproximación funcionalista de la identidad social (Hogg y Abrams, 1988; Brewer, 2007), pues se ha logrado identificar que la adhesión a grupos de artesanas promete mayores oportunidades de supervivencia (más venta, más ingresos) y permite el reforzamiento de destrezas individuales, tanto en lo que respecta a habilidades técnicas (mejora de acabados, nuevas formas de arte, temas administrativos, redes sociales, etc.) como blandas (habilidades interpersonales, comunicación

(¿Como te sientes cuando compartes haciendo artesanía con tus compañeras?) Me siento en colectivo, siento que así avanzamos las cosas más rápido. Porque nosotras solitas no avanzamos. (...)Me está dando la oportunidad de abrirme a mí como persona (...). De expresarme, de contactarme con muchas personas. He aprendido a ser más social. (Silvia, 32 años)

De igual manera, dicha aproximación teórica plantea que la identidad social funciona como medio de cohesión, cooperación y lealtad grupal (Van Vugt y Hart, 2004; Brewer, 2007). Esto puede verse evidenciado en las estrategias de superación y supervivencia que desarrollan las participantes mediante la artesanía y la organización colectiva. Estas estrategias aparecen no sólo frente a la amenaza económica y de salud que significó la pandemia, sino frente a las condiciones de exclusión y pobreza que experimentan desde antes que se marchen de sus comunidades nativas, y frente a situaciones de maltrato o soledad.

Bueno las mujeres que hacemos artesanía acá, somos 4 asociaciones (...). Yo digo, las madres que quieran trabajar están libres. Aquí se trata de sumar todas, trabajar todas, empujar el coche, empujar la necesidad. Aquí viven madres artesanas viudas, madres abandonadas, engañadas. Entonces todo eso se aprende y da la oportunidad de seguir viviendo. Varias mujeres he sacado adelante o mujeres que por falta de recurso empiezan a pelear y pelear. Y no me gusta ver. (Olivia, 51 años)

Pasando al ámbito cognitivo y afectivo, se encontraron vinculaciones a la artesanía con el bienestar desde distintos ángulos. Actualmente, para las participantes ser artesana es fuente de validación y reconocimiento dentro y fuera de su comunidad. Ello se da gracias al crecimiento de la artesanía como negocio y de las artesanas como agentes comunitarios. No obstante, cabe reconocer que esto no siempre fue así, la revalorización de la artesanía como oficio fue un logro ganado con persistencia y trabajo duro. Por eso, verse a sí mismas en esta nueva posición en la que se encuentran les genera profundos sentimientos de satisfacción personal y orgullo. Respecto a como la comunidad trata a las madres artesanas, una de las participantes indica: “ahora nos respetan y nos miran de otra manera. Nosotros somos los que demostramos al mundo al Perú de otra manera y ya nos ven con otro ojo” (Silvia, 32 años).

Por otro lado, para varias de las participantes, la artesanía como fuente de oportunidad y actividad en sí misma, significa sanación. La práctica de artesanía genera espacios personales en las que las artesanas se sienten bien consigo mismas, por sus logros artísticos, comerciales y político-comunitarios; y genera espacios colectivos cotidianos en las que las artesanas pueden conversar y acompañarse, lo que las ayuda a afrontar problemas y sentirse mejor cuando están pasando por momentos difíciles a nivel personal o familiar. Este tema despierta bastante emocionalidad en las participantes, en palabras de una de ellas: “el arte te cambia la vida, te da oportunidades. Yo me siento muy feliz (...). Hacer la artesanía es sentirme mejor y ser libre. Hacer terapia, es sanación... el arte es sanación, el arte es vida“ (Olivia, 51 años).

Gracias a la artesanía como oficio, las participantes sienten que han crecido como personas, que han mejorado sus vidas, que cumplen un rol valioso dentro de sus hogares y que se han ganado el respeto de su comunidad. Esto les otorga una sensación nueva de “amor propio” que las motiva a seguir adelante con su trabajo. Así, se evidencia que la identidad de artesana shipiba cumple con la función identitaria de autoestima (Páez et al, 2004; Baumeister, 1998), pues, les permite a las artesanas mantener y reforzar concepciones positivas de sí

mismas, en una dimensión personal que involucra el respeto y valor que se otorgan a sí mismas; y en una dimensión colectiva que se asocia al valor que le otorgan a su grupo de artesanas o a su comunidad shipiba.

La artesanía me ha ayudado mucho, me ha dado lo que se dice amor propio... yo ya no aguanto maltratos porque ya sé lo que puedo hacer, ya sé lo que valgo. Con la artesanía estoy pudiendo mejorar como vivo yo, como vive mi hijo... y es gracias a la asociación también, todas somos mujeres que estamos progresando. (Edith, 28 años)

Adicionalmente, se evidenció que hay elementos de la artesanía que diferencian unas artesanas de otras, lo cual guarda una clara relación con el motivo identitario de distinción (Vignoles et al. 2000). Se ha podido reflejar cómo la identidad de las artesanas entrevistadas no solamente refiere a la similitud y a la adaptación a sus grupos sociales, sino también rescata sus singularidades y especificidades. Dichos hallazgos son coherentes con el estudio previo de Del Carpio (2012) en el que se encuentra que, en cada producto que realizan las artesanas yacen sus propios sellos personales producto de sus propias creatividades. A continuación, se observa cómo la artesanía les permite diferenciarse de manera intergrupala, intragrupal e intergeneracional

Desde la dimensión intergrupala, tiende a darse una diferenciación entre las artesanas que innovan y adaptan el arte shipibo a contextos más urbanos y/o globales, y las artesanas más tradicionales que optan por seguir reproduciendo las mismas técnicas. Un ejemplo de esto se ve en el discurso de las artesanas que pintan murales.

Yo estoy haciendo los murales, esa es la diferencia que yo veo. Nosotros somos artesanas y a la vez nosotras también somos artistas haciendo los murales. Como podría decirte... las mismas compañeras del comité de madres artesanas me dijeron una vez ‘María tu eres muy diferente a nosotras, tú estás haciendo algo muy diferente, algo más grande algo más bonito que se va llevando a las calles compartiendo y eso nos hace poner muy orgullosas y contentas por ti’ Y eso me llena de motivación también que me crean así. (María, 42 años)

Desde la dimensión intragrupal, las artesanas se diferencian en función a las propias habilidades que desarrollan, ya sea por el lado artístico/técnico/manual o por el lado comercial. Unas se reconocen mejores que otras, lo cual las hace sentir satisfechas, y refuerza su motivación por el oficio y la enseñanza de este.

Hay personas que recién están aprendiendo, no a todas sus mamás les transmitieron conocimiento (...). La diferencia es que si tú quieres decir oye vecina vamos a hacer esto, no sabe, quiere hacer, pero no sabe cómo otros que han aprendido. (...) [respecto a las otras madres del colectivo] Yo me siento preparada siento que a ellas les está faltando más empoderamiento, más capacitación, más conocimiento (para la venta) (..) por eso también me gusta tomarme el tiempo de enseñarles. (Silvia, 32 años)

Por último, en la dimensión intergeneracional, es descrito por las participantes una diferenciación entre las mujeres shipibas, madres y artesanas que han migrado a Lima y se han adaptado a las condiciones de vida urbana, y las mujeres shipibas de generaciones pasadas que pasaron toda su vida en la Amazonía.

Antes las mujeres shipibas éramos muy cohibidas, mayormente dedicada a casa, cuidando a los hijos, no tiene que salir a trabajar, no tiene que ir a las reuniones, ni los talleres. Hoy en día las mujeres que somos mujeres artesanas hemos aprendido muchas cosas... el empoderamiento como mujer shipiba. Es por eso que nosotros no somos mujeres shipibas de antes sino de hoy en día que hemos aprendido muchas cosas. No quedamos ahí manos cruzadas "hay que yo no sé nada" sino que tenemos que caminar, caminar y caminar, para poder conseguir y aprender, y es porque nosotros queremos también salir adelante igual que los varones y es por eso que la mujer de antes... hoy en día que yo veo, hemos avanzado muchísimo. (Lucinda, 50 años)

Pasando al terreno de lo colectivo y lo cultural, la artesanía siempre ha sido reconocida como un saber compartido y en Cantagallo, es una actividad que se realiza en compañía. A partir del auge que ha tenido en los últimos años, la práctica de artesanía ha destacado dentro de la comunidad por fomentar relaciones positivas entre artesanas. Las participantes relatan

ayudarse mutuamente entre compañeras, no solo entre las que miembros de un mismo colectivo sino entre miembros de una misma comunidad. En palabras de una de ellas: “nos tratamos como hermanas, nos tratamos como venimos de una sola etnia Shipibo Konibo, nos tratamos como una familia” (María, 42 años).

Así, las artesanas tejen para sí mismas una red de soporte comunitario que les aporta una sensación general de mayor seguridad. Ello puede verse asociado a la función identitaria de pertenencia (Vignoles et al, 2006; Baumeister y Twenge, 2003; Simón, 2004) y a la función identitaria de autoestima (Páez et al, 2004; Baumeister, 1998). Por un lado, debido a que, mediante su adhesión a dichos grupos sociales, las participantes mantienen y fortalecen sentimientos de cercanía hacia otras personas y grupos, generando en ellas la idea de que tiene un lugar en el mundo social; y, por otro lado, debido a que dicha pertenencia al grupo, de la mano con el trabajo que realizan, le permite a las entrevistadas mantener y reforzar una imagen positiva de sí mismas, sintiéndose aceptadas y sobre todo importantes en su medio social.

Para mí significa que yo importo mucho, necesitan también de mí, soy importante, mis trabajos que yo hago y también que soy útil para ellos. Como yo que para mí significa mucho estar dentro del colectivo porque sé que mucho voy a aprender, conocer a muchas personas y difundir al pueblo la comunidad con mis diseños con mi cultura. (Lucinda, 50 años)

Por otro lado, la artesanía shipiba está cargada de significados culturales e históricos, por lo que, su venta no puede reducirse únicamente a ingresos económicos. En cada pieza, las artesanas sienten que comparten un pedazo de su cultura, y sienten la motivación de dar a conocer lo que está detrás de cada diseño. Estas reflexiones se evidencian en el discurso de varias de las participantes, a continuación, se observa lo que explica una de ellas.

No solamente ‘vender vender’ nomás, sino también aprendí a difundir por qué vendíamos artesanía, cual es la artesanía. Por qué es arte, prácticamente vendo mi arte. Tengo que explicar qué significa mi arte, mis diseños, mi cultura, la cultura viva que siempre llevamos. Empezando por los árboles que cosechamos por ejemplos de huayruro, ojo de vaca, infinidades y tiene significado. Y los diseños de kené, infinidad. (...) Esos diseños hablan pero a veces muchos piensan, dicen..."qué bonito" pero no

saben que significa, que significado tan importante que tienen. Entonces cuando uno te lleva, le explicas mira esto es así... el significado... entonces se llevan un pedazo de la cultura de nuestra historia, de mi historia. (Lucinda, 50 años)

La motivación de las participantes por manifestar y transmitir los saberes de la cultura shipiba trasciende la artesanía, se busca hacer reconocida las cosmovisiones, la lengua, la música, la comida, etc. Al respecto, algunas participantes mencionaron tener este propósito de demostrar el valor de la cultura shipiba ante el resto de los peruanos y el mundo, desde antes de migrar a la ciudad. Esto es coherente con el estudio de Espinosa (2009) que evidenció la iniciativa general de los Shipibo Konibo de expresar de manera pública y visible su etnicidad, especialmente en el caso de las mujeres que, son las que más se muestran en la vía pública con su vestimenta tradicional.

Siempre mi mente fue en que si algún día yo voy a llegar a la ciudad y voy a compartir mi cultura y mi arte, lo que ellos no saben tengo que enseñarles. La riqueza que nosotros tenemos aquí en Perú, la riqueza milenaria, lo que nuestro país es lo que nuestros ancestros dejaron, eso era lo que estaba siempre en mi cabeza para poder hacer y hoy en día estoy haciendo lo que siempre quise lo que me gusta hacer. (María, 42 años)

Más allá de manifestar la cultura shipiba, las artesanas de la comunidad cumplen el rol de preservarla, lo cual es reforzado positivamente por los miembros más antiguos de la comunidad. Así, la artesanía vuelve la herramienta central de manifestación y preservación de los elementos que distinguen su identidad indígena.

Nos dice la abuelita ‘yo me siento orgullosa, contenta, feliz y me voy a morir feliz, porque hoy en día ustedes no dejan nuestras costumbres, nuestras comidas, nuestro dialecto, nuestros diseños kené’. Están muy contentas. (...) Ellas nos aconsejan ‘ustedes son chicas, siguen compartiendo nuestras costumbres, no dejen de bordar, sigan con nuestros diseños kené’. (María, 42 años)

Todo lo que implica la manifestación y preservación de la tradición shipiba se vuelve posible gracias a las oportunidades de monetización de la artesanía que se encuentra en Lima. Mientras que, en la Amazonía la práctica de artesanía no parece ser tan sostenible, valorizada

ni reforzada, lo que se traduce en un abandono progresivo de las tradiciones. Así, desde la perspectiva de las participantes, la tradición shipiba se mantiene más viva en Lima que en la Amazonía.

La artesanía me hace sentir orgullosa que nuestras raíces, nuestra identidad no se va a perder (...). Ahora cuando me voy a Ucayali, cuando voy hasta adentro hasta las comunidades ya no se visten mucho con la vestimenta, pero aquí en Cantagallo cada día nos vestimos, cada día cantamos. No es como que cada mes o dos meses. A cada rato hacemos la feria, a cada rato divertimos, hablamos diario con nuestra lengua. (...) Aquí la que viene ‘amestizada’ se viene a shipibizar *risas* (...). Nosotras venimos a Lima y queremos seguir continuando con nuestras raíces, seguimos hablando con nuestro idioma, vestir con nuestra vestimenta, no avergonzar. (Olivia, 51 años)

Todo ello guarda relación con la función identitaria de continuidad (Brewer, 2007; Baumeister, 1998), pues al mantener al mantener viva la cosmovisión de su pueblo, las madres artesanas logran tener una consistencia sobre lo que conocen de sí mismas. En otras palabras, se mantiene una consistencia en lo que respecta al significado de ser “madre, artesana y shipiba” dentro de la comunidad y para ellas mismas, lo cual les facilita la comprensión del mundo que las rodea a partir de sus propios valores y cosmovisiones. Asimismo, la motivación por mantener dicha coherencia y estabilidad sobre lo que saben de sí mismas, no excluye cambios, por el contrario, implica evoluciones (McAdams, 2001). Ello puede evidenciarse, por un lado, en la evolución que ha tenido el rol de la mujer shipiba dentro de la comunidad, pasando de ama de casa a proveedora del hogar; y por otro, en la evolución de sus artesanías gracias a la innovación que les ha permitido insertarse al mercado.

Profundizando el análisis a una perspectiva más existencial, se encuentra que la artesanía (y todo lo que esta implica o representa) es, para las participantes, un propósito vital. Sea como práctica u oficio, viene acompañándolas y motivando sus acciones desde sus infancias (en las que vieron a sus madres o abuelas hacer arte y buscaron aprender de ellas) hasta la actualidad (que siguen proyectándose como artesanas, buscando mejorar e innovar).

Mi idea vino: ‘me voy a mejorar en artesanía porque necesito hacer artesanía y difundir mi artesanía’. Soy arte y cultura viva, ¿por qué no hacerlo? Ya a los 18 empecé. (...)

Desde el principio hice artesanía, poco a poco recibía talleres de cómo mejorar, como se puede ser artesana sin tener que estar vendiendo en las calles, todo por el estilo. Entonces yo dije: yo no creo que toda la vida pueda estar en las calles. Entonces desde los 18 años en mi mente vino: me voy a mejorar, especializarme en esto. Entonces ya pues desde ese entonces aprendí. De 20, de 25 años para adelante es lo que más me mejoré. (Lucinda, 50 años)

La motivación por manifestar la cultura shipiba (ya sea a través de la artesanía o trascendiendo la artesanía) de la mano con el aprendizaje de la artesanía desde la infancia, guarda una relación con el motivo identitario de continuidad (Brewer, 2007; Baumeister, 1998), pues el ser artesanas shipibas hoy, el haberlo sido siempre y el querer seguir siéndolo, les otorga a las participantes un sentido de coherencia y estabilidad respecto a lo que saben ellas mismas. De igual modo, seguir manteniendo vivos sus conocimientos ancestrales en el contexto urbano y globalizado en el que se encuentran, les permite adherirse a una perspectiva compartida del mundo, de la cual se valen para sostener a lo largo del tiempo los valores de su comunidad.

He hecho artesanía toda la vida, gracias a mi mamá gracias a la familia que tengo esa arte en mis manos. Yo vengo trabajando, haciendo mi artesanía desde pequeña. Desde que éramos muy pequeñas mi mamá es una madre artesana, mi papá es agricultor y desde pequeña mi mamá así nos ha mantenido desde pequeña y así fue creciendo y hasta hoy en día lo que mi mamá me enseñó hasta hoy en día yo sigo llevando y practicando... en hacer trabajo de artesanía y de artes. (María, 42 años)

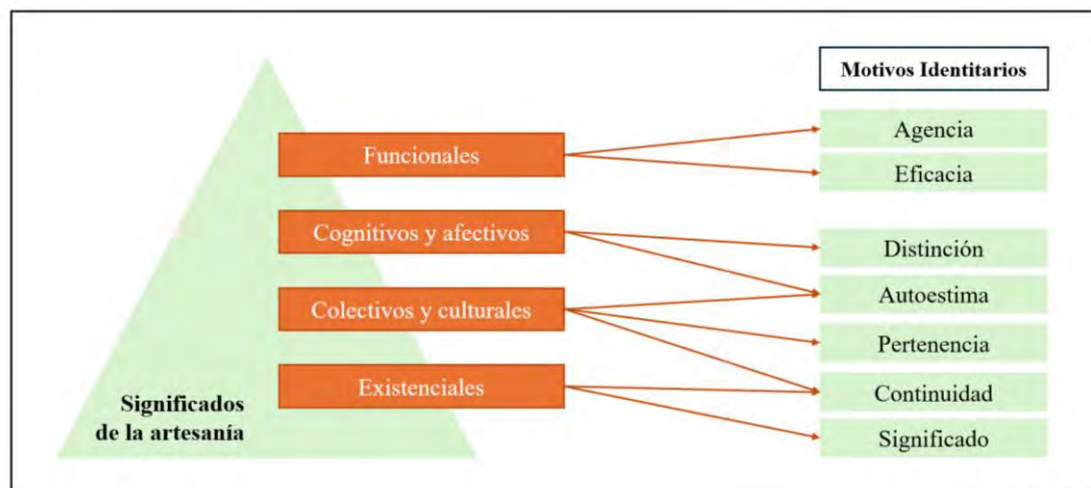
En esta misma línea, la artesanía como oficio y los logros que han cumplido como artesanas, les genera una sensación de realización personal que trasciende lo vocacional. Dicha sensación puede vincularse al motivo identitario de significado (Baumeister, 1998), pues como es visto a continuación, la artesanía llega a ser una fuente de sentido existencial. Ya sea que, algunas les den un sentido a sus vidas por el arte en sí mismo, otras por reivindicar su cultura, otras por lo que la artesanía implica para sus familias, etc.

La mayor preocupación que yo tenía, día a día, era de llegar más allá con mi arte. (...) Esa preocupación y las ganas que yo antes tenía era de enseñar mi arte y mi cultura, de donde vengo, que es lo que hago, como hago y siento que me he cambiado ahora poder hacerlo. Siento paz interior haciendo eso. (...) A pesar de esta situación, por muchas necesidades que estamos pasando, esto es como una terapia. Me concentro en hacer las cosas que a mí me gusta y a transmitir ello. (...) Para una mujer artesana no es fácil pero el arte le ha dado un sentido a mi vida. (María, 42 años)

Finalmente, a partir de los contenidos revisados, se podría clasificar los significados de la artesanía y su vínculo con los motivos identitarios de la siguiente manera.

Figura 2

Vínculo entre los significados de la artesanía y los motivos identitarios.



Fuente: elaboración propia

Conclusiones

En primer lugar, en la presente investigación se concluye que para las participantes su pertenencia étnica es central y está profundamente entrelazada con sus identidades sociales y personales. Respecto a los marcos de construcción identitaria se concluye que la artesanía jugó un rol protagónico en la crianza y desarrollo de las participantes, al ser parte importante del rol de la mujer en la tradición shipiba, y a su vez, en sus procesos migratorios, al abrirles las puertas a emprender en la capital. Se encontró un fuerte impacto del contexto de exclusión social en sus vivencias posteriores a la migración, habiéndose reportado casos de: discriminación étnica y de género, bajas condiciones de vivienda, pobreza e inestabilidad económica.

Frente a esto, en coherencia con estudios previos (GIAPUCP, 2013; Defensoría del Pueblo, 2016) se evidenció que la organización colectiva para la difusión y venta de la artesanía, les otorga a las participantes: (a) motivación para reivindicar su cultura frente a la discriminación étnica; (b) la posibilidad de ejercer mayor poder dentro de sus comunidades y familias haciéndole frente a la discriminación de género; y (c) el medio para generar estrategias colectivas de negocio que les permitan subsistir y superar sus desafíos económicos. Asimismo, el estudio dio luces sobre como el contexto de exclusión (la discriminación y la pobreza) afectó y aun afecta emocionalmente a las participantes, por lo que se sugiere ahondar en futuras investigaciones el rol de la pobreza y la discriminación como factores de riesgo en términos de salud mental.

Respecto a las categorías sociales a las que se adhieren las participantes: se encontró “mujer shipiba” como categoría principal dentro de la cual se yuxtaponen las categorías de migrante, madre y artesana, compuestas por una serie de valores, características auto atribuidas y costumbres culturales. Al centro de todas las categorías, destaca el empoderamiento, emprendedurismo, orgullo y persistencia de las artesanas, que se vinculan a su lucha por sacar adelante a sus familias, insertarse al mercado y transmitir/preservar la cultura shipiba. Dichas categorías guardan relación con el concepto de autoestereotipo (Latrofa, Vaes y Cadinu, 2011), en tanto involucran la asimilación de conocimientos estereotípicos de su endogrupo como estrategia de defensa ante una identidad amenazada por un contexto de exclusión.

La artesanía es un elemento central en la vida de las participantes desde edades tempranas en sus vidas y las acompaña (como una constante) durante todo el proceso de construcción de sus identidades, reforzando especialmente el componente étnico de su identidad social. Debido a que las participantes comparten condiciones e historias de vida

similares, los límites entre sus identidades sociales y personales son difusos. Como resultado, las participantes manifiestan profundos sentimientos de unicidad con su endogrupo, lo que sugiere ser un caso de identidad fusionada (Swann et al. 2012). Dicho hallazgo es importante debido a que uno de los alcances principales de la presente investigación ha sido aproximarse a un grupo étnico y a una comunidad no-occidental como Cantagallo, desde teorías occidentales de la Identidad, logrando generar conocimiento y nuevas interrogantes. En este sentido, se recomienda para futuras investigaciones, aproximarse desde esta perspectiva teórica para poder profundizar más en lo que implica, subyace y acompaña dicha “identidad fusionada”.

Respecto a las funciones identitarias, se logró concluir que el ser artesana shipiba: (a) tiene implicancias positivas en la autoestima individual y colectiva de las participantes; (b) les otorga un sentido de pertenencia a su comunidad; (c) les permite diferenciarse en diferentes niveles de otras artesanas y mujeres shipibas; (d) refuerza su sentido de agencia y eficacia; (e) les permite mantener un sentido de continuidad en sus vidas; y (f) representa una fuente de significado. Este hallazgo subraya la importancia de la artesanía no solo como una actividad económica, sino como un elemento crucial para el bienestar emocional y social de las mujeres shipibas. Además, representa un aporte importante a la literatura porque respalda cualitativamente la teoría de motivos identitarios en una comunidad amazónica, aunque se recomienda seguir explorando como dichas funciones se abordan desde la práctica.

Finalmente, como limitaciones del estudio está el contexto de pandemia que limitó el trabajo de campo a la virtualidad y en cierta medida dificultó el reclutamiento de participantes. Frente a ello, fue beneficioso haber tenido un contacto presencial previo con algunos miembros de la comunidad para regenerar rapport y una mayor disposición a participar vía telefónica. Además, debido a que en Cantagallo no todas las artesanas cuentan con un acceso fluido a internet, algunas de las entrevistas fueron realizadas por llamada telefónica en lugar de videollamada. Como sugerencias para futuras investigaciones se recomienda priorizar los encuentros presenciales para conocer a las participantes en sus mismos contextos de vida, y poder comprender de más cerca sus vivencias. Asimismo, se sugiere continuar la exploración del rol que tiene el arte y la artesanía en las vidas de sus hacedores/as, desde el punto de vista identitario y buscando profundizar en otros constructos como bienestar subjetivo, salud mental, empoderamiento y/o género.

Referencias

- Abrams, D. (1990). How do group members regulate their behaviour? An integration of social identity and self-awareness theories. En: D. Abrams & M.A. Hogg (Eds.). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances* (pp.89-112). Harvester Wheatsheaf.
- Abrams, D. & Hogg, A. (1990). An introduction to the social identity approach. En: D. Abrams & M.A. Hogg (Eds.). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances* (pp.1-9). New York: Harvester Wheatsheaf.
- Álvaro, J. (2003). *Fundamentos sociales del comportamiento humano*. UOC.
- Ayala, Y. (2020). *El huayno ayacuchano en la identidad cultural pictórica en estudiantes de Educación Secundaria. Ayacucho* [Tesis de Licenciatura]. Escuela superior de formación artística pública “Felipe Guamán Poma de Ayala” de Ayacucho.
- Balazote, A. & Rotman, M. (2006). Artesanías Neuquinas: estado y comercialización de artesanías Mapuche. *Revista Theomai*, 1.
- Balidemaj, A., & Small, M. (2019). The effects of ethnic identity and acculturation in mental health of immigrants: A literature review. *International Journal of Social Psychiatry*, 65(7-8), 643–655. doi:10.1177/0020764019867994
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- Bari, M. (2002). La cuestión étnica: Aproximación a los conceptos de grupo étnico, identidad étnica, etnicidad y relaciones interétnicas. *Cuadernos de Antropología Social*, 16, pp. 149-163.
- Barriola, N. (2014). *Migration, ethnic economy and precarious citizenship among urban indigenous people* (Tesis de Maestría). University of Texas at Austin.
- Bartolomé, M. (2006). Los laberintos de la identidad. Procesos identitarios en las poblaciones indígenas. *Avá Revista de Antropología*, 9, pp. 28-48.
- Baumeister, R. (1998). The Self. En: D. Gilbert, S. Fiske & G. Lindzey (Eds.) *Handbook of Social Psychology* (4th ed., vol. I pp.680-740). The McGraw-Hill Companies.

- Baumeister, R. F. (1999). Self-concept, self-esteem, and identity en V. J. Derlega, B. A. Winstead, & W. H. Jones (Ed.), *Personality: Contemporary theory and research* (pp. 339–375). NelsonHall Publishers.
- Baumeister, R. & Twenge, J. (2003). The social self. En: T. Millon & M.J. Lerner, (Eds.) *Handbook of Psychology* (Vol. 5. Personality and Social Psychology, pp. 327-352). Wiley.
- Benedetti, C. (2012). Diferencias y desigualdades: reflexiones sobre identidad étnica y producción artesanal chané destinada a la comercialización. *Alteridades*, 22(43), pp. 21-33.
- Breakwell, G. (1993). Social representations and social identity. *Papers on Social Representations*, 2, 198 –217.
- Brewer, M. (2007). The importance of being we: Human nature and intergroup relations. *American Psychologist*, 62, 728-738.
- Cañas, M. (2019). *Identidad étnico-cultural fusionada, identidad nacional y distancia social hacia el endogrupo nacional peruano en miembros de la colonia judía limeña* [Tesis de licenciatura]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Castañeda, L. (2012). El celular como elemento de la identidad juvenil. *Revista de Educación y Desarrollo*, (13), pp. 57-63.
- Castillo, Lorena (2018). *Arte para la vida: referentes de la identidad cultural a través del teatro popular como espacio de comunicación* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Chantamool, A; Sutissa, C; Gatewongsa, T; Jansaeng, A; Rawarin, N. & Daovisan. H (2023). Promoting traditional ikat textiles: ethnographic perspectives on indigenous knowledge, cultural heritage preservation and ethnic identity. *Global Knowledge Memory and Communication*,
- Contreras, G., Balcázar, P., Gurrola, G., & González, G. (2010). Factores que influyen en la construcción de la identidad en adolescentes. *Revista Científica Electrónica de Psicología de la UNAM*, (8), pp. 107-128.

- Crocetti, E., Albarello, F., Meeus, W., & Rubini, M. (2023). Identities: A developmental social-psychological perspective. *European Review of Social Psychology*, 34(1), 161-201.
- Crocker, J. & Major, B. (1989). Social stigma and self-esteem: The self-protective properties of stigma. *Psychological Review*, 96. 608-630.
- Cruz, E; Acevedo, U; Acevedo, J. & Vázquez, M. (2023). La identidad cultural y sus implicaciones en la elaboración de la artesanía textil en el municipio de Juchitán de Zaragoza (Oaxaca, México). En K. Álvarez & A. Cotán (Eds.), *Educación, Comunicar, Sociabilizar en la Heterogeneidad* (pp.). Dykinson S.L.
- Defensoría del Pueblo (2016). Cronología: el caso de la comunidad indígena urbana Shipibo-Konibo de Cantagallo. Extraído de: <http://www.defensoria.gob.pe/blog/cronologia-caso-comunidadindigena-urbana-shipibo-konibo-de-cantagallo/>.
- Del Carpio, P. (2012). Entre el textil y el ámbar: las funciones psicosociales del trabajo artesanal en artesanos tsotsiles de la ilusión, Chiapas, México. *Athenea Digital*, 12(2), pp. 185-198.
- Del Carpio, P. & Freitag, V. (2013). Motivos para seguir haciendo artesanías en México: convergencias y diferencias del contexto artesanal en Chiapas y Jalisco. *Ra Ximhai*, 9(1), pp. 79-98.
- Dunbar, R. (2007). *La odisea de la humanidad: Una nueva historia de la evolución del hombre*. Crítica.
- Escalante, G. (2018). *El huayno como expresión de la identidad cultural de los pobladores de Huamanga – Ayacucho* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional San Agustín de Arequipa.
- Espinosa, A. (2003). *Identidad social e identidad nacional en una muestra de triciclistas en Juliaca* [Tesis de Licenciatura]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Espinosa, O. (2009). Ciudad e identidad cultural: ¿Cómo se relacionan con lo urbano los indígenas amazónicos peruanos en el siglo XXI?. *Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines*, 38 (1), 47-59.
- Espinosa, A. (2010). *Estudios sobre Identidad Nacional en el Perú y sus correlatos psicológicos, sociales y culturales* [Tesis Doctoral]. Universidad del País Vasco.

- Espinosa, O. (2019). La lucha por ser indígenas en la ciudad: El caso de la comunidad Shipibo-Konibo de Cantagallo en Lima. *Revista del Instituto Riva Agüero*, 4(2), pp. 153-184
- Erikson, E. (1980). *Identity and the life cycle*. Norton & Company.
- Flick, U. (2009). *An introduction to qualitative research*. SAGE.
- Frankl, V. (1962). *Man's search for meaning: An introduction to logotherapy*. Hodder & Stoughton.
- Fromm, E. (2005). *La revolución de la esperanza: Hacia una tecnología humanizada*. Fondo de Cultura Económica.
- Galicia, M. (2013). *Identidades en perspectiva multidisciplinaria. Reflexiones de un concepto emergente*. Instituto de Investigaciones Antropológicas de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- GIAPUCP (2013). *Proyecto Barrio Shipibo: Elaboración de un producto histórico que genere memoria, participación y orgullo local en el contexto de reubicación de la Comunidad Shipiba de Cantagallo*. Iniciativas de Responsabilidad Social. Extraído de: <http://dars.pucp.edu.pe/>
- Giménez, G. (2007). Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. *Cultura y representaciones sociales*, 2(4).
- Guzman, B; Parra, R. & Tarapuez, E. (2019). Identidad y Manifestaciones Culturales del Departamento de Quindío en el Contexto del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia. *Cuadernos de Turismo*, 44, pp. 165-192.
- Haslam, C., Haslam, S. A., Jetten, J., Cruwys, T., & Steffens, N. K. (2020). Life Change, Social Identity, and Health. *Annual Review of Psychology*, 72(1), 635-661. doi:10.1146/annurev-psych-060120-111721
- Hinkle, S. & Brown, R. (1990). Intergroup comparisons and social identity: Some links and lacunae. En: D. Abrams & M.A. Hogg (Eds.). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances* (pp.48-70). Harvester Wheatsheaf.
- Hiyagon, G. (2021). *Relaciones entre identidad Nikkei e identidad nacional peruana: Identidad fusionada y su relación con la distancia social* [Tesis de Licenciatura]. Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/19804>

- Hogg, M. & Abrams, D. (1988). *Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*. Routledge.
- Hogg, M. & McGarty, C (1990). Self-categorization and social identity. En: D. Abrams & M.A. Hogg (Eds.). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances* (pp. 10-27). Harvester Wheatsheaf.
- Hogg, M.A. (2000). Subjective uncertainty reduction through self-categorization: A motivational theory of social identity processes. *European Review of Social Psychology*, 11, 223- 255
- Howard, J. (2000). Social psychology of identities. *Annual Review of Sociology*, 26, pp. 367-393.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2017). Desarrollo Económico Local. En INEI. *Perú: Indicadores de Gestión Municipal*, pp. 77-91.
- Iñiguez, L. (2001). Identidad: De lo personal a lo social. Un recorrido conceptual. En Eduardo Crespo (Ed.), *La constitución social de la subjetividad*. (p. 209-225). Catarata.
- Juhasz, J. (1983). Social identity in the context of human and personal identity. En: T.R. Sarbin & K.E. Scheibe (Eds.). *Studies in social identity* (pp.289-318). Praeger.
- Kennedy, L. (2011). La Pobreza Móvil de los Migrantes Shipibo-Conibo: Una investigación de la influencia de la migración en la cosmovisión Shipibo-Conibo de Canta Gallo-Rímac, Lima.
Independent Study Project (ISP) Collection, 1080.
- Kirkpatrick L. y Ellis, B. (2005). An evolutionary-psychological approach to self-esteem: Multiple domains and multiple functions. En: M.B. Brewer & M. Hewstone (Eds.). *Self and Social Identity* (pp.52-77). Blackwell.
- Kunda, Z. (2001). *Social cognition: Making sense of people*. The MIT Press.
- Latrofa, M; Vaes, J. y Cadinu, M. (2011). Self-Stereotyping: The Central Role of an Ingroup Threatening Identity. *The Journal of Social Psychology*, 152(1), 92–111.
- Leary, M. (2007). Motivational and emotional aspects of the self. *Annual Review of Psychology*, 58, 317-344.

- Lorenzi-Cioldi, F. & Doise, W. (1990). Levels of analysis and social identity. En: D. Abrams & M.A. Hogg (Eds.). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances* (pp. 71-88). Harvester Wheatsheaf.
- Lorenzi-Cioldi, F. & Doise, W. (1996). "Identidad social e identidad personal" en R.. Bourhis y J. Leyens (coords.). *Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos* (pp. 71-90), McGraw Hill.
- Macahuachi, L.; Mendoza, R.; Damian, I.; Lunarejo, D.; Ramos, M. (2019). Identidad e Interculturalidad de la Comunidad Shipibo Conibo en Cantagallo, Lima. *Scientific Journal of Education – EDUSER*, 6(3), pp. 113-123.
- Martínez-Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciencia & Saúde Colectiva*, 17(3).
- McAdams, D. (2001). The psychology of life stories. *Review of General Psychology*, 5, pp. 100-122.
- Mercado, A. & Hernández, A. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia*, 17(53).
- Meyrick, J. (2006). What Is Good Qualitative Research? A First Step Towards a Comprehensive Approach to Judging Rigour/Quality. *J Health Psychol*, 11(5), 799-808.
- Miller, D. (1983). Self, symptom, and social control. En: T.R. Sarbin & K.E. Scheibe (Eds.). *Studies in social identity* (pp.319-338). Praeger.
- Montero, M. (1996). Identidad social negativa y crisis socioeconómica: Un estudio psicosocial. *Revista Interamericana de Psicología*, 30, pp. 43-58.
- Morales, J. (2007)a. *Identidad social y personal*. En: J.F Morales, E. Gaviria, M.C. Moya & I. Cuadrado (Coords.) *Psicología social* (3era Ed. pp.787-805). McGraw-Hill.
- Morales, J. (2007)b. *Psicología y Racionalidad*. Real Academia de Doctores de España.
<http://www.jfranciscomorales.es/PsicologiayRacionalidad.pdf>

- Ortiz, A. (1993). La pareja y el mito. Estudios sobre las concepciones de la persona y de la pareja en los Andes (2da edición). Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Osnayo, O. (2013). Proyecto Lima Oculta: Capacitación de mujeres Shipibo-Conibo de la comunidad Canta Gallo para la venta de artesanía. *Repositorio Institucional Universidad San Ignacio de Loyola*.
- Owens, T. (2006). Self and Identity. En: J. Delamater (Editor). *Handbook of Social Psychology*.(pp. 205-232). New York: Springer.
- Páez, D., Zubieta, E. & Mayordomo, S. (2004). Identidad. Auto-concepto, auto-estima, auto-eficacia y locus de control. En: D. Páez, I. Fernández, S. Ubillós & E. Zubieta (Coords.) *Psicología social, cultura y educación* (pp. 125-193). Pearson Prentice Hall.
- Pérez, H. (2010). El sentido de las artesanías en el concierto de la cultura. Comunicación presentada en el XXXII Coloquio de Antropología e Historia Regionales, Zamora, Michoacán, México.
- Pistrang, N. & Barker, C. (2012). Varieties of qualitative research: a pragmatic approach to selecting methods. *APA Handbook of Research Methods in Psychology*, 2, 5-18.
- Pittman, T. (1998). Motivation. En: D. Gilbert, S. Fiske & G. Lindzey (Eds.) *Handbook of Social Psychology* (4th ed., vol. I. pp.549-590). The McGraw-Hill Companies.
- Ríos, S. (2019). *Artesanías del Perú: Historia, Tradición e Innovación*. MINCETUR.
- Rivas, R. (2018). La artesanía: patrimonio e identidad cultural. *Revista de Museología*, 8(9), pp. 80-96.
- Rotman, M. B. (2007). Prácticas artesanales: procesos productivos y reproducción social en la comunidad Mapuche Curruhuinca. En Mónica Rotman; Juan Carlos Radovich & Alejandro Balazote (Eds.). *Pueblos originarios y problemática artesanal: procesos productivos y de comercialización en agrupaciones mapuches, guaraní/chané, wichis/tobas y mocovíes* (pp.41- 69). Universidad Nacional de Córdoba/CONICET.
- Rotman, M. B. (2011). Producciones artesanales, construcción identitaria y dinámica de poder en poblaciones mapuches de Neuquén. *Revista de Antropología Social*, 20, 347-371.

- Santos, V; Choez, M. & Soledispa, X. (2024). La revalorización artesanal y su repercusión en la identidad cultural. El caso La Pila, Ecuador. *Turismo y Patrimonio*, 22, 29-45.
<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2024.n22.0>
- Sennett, R. (2009). *El artesano*. Anagrama.
- Scribano, A. (2000). Reflexiones epistemológicas sobre la investigación cualitativa en ciencias sociales. *Cinta moebio*, 8, 128-136.
- Silva, G; Del Águila, L. & Veintemilla, P. (2022). Efectos de la danza tradicional en la identidad cultural: una revisión de la literatura científica del 2015-2020. *Revista de Investigación Científica y Tecnológica Alpha Centauri*, 3(2), 42-46.
- Simon, B. (2004). *Identity in a modern society: A social psychological perspective*. Blackwell.
- Stoll, G. (2013). *Motivos identitarios y construcción de la identidad en B-Boys* [Tesis de Licenciatura]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquía.
- Suh, E. (2000). Self, the hyphen between culture and subjective well-being. En: E. Diener & E.M. Suh (Eds). *Culture and subjective well-being* (pp. 63-86). The MIT Press.
- Swann, W; Jetten, J; Gómez, A. y Whitehouse, H. (2012). When group membership gets personal: A theory of identity fusion. *Psychological Review*, 119(3), 441-456.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1-39.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales: Estudios de psicología social*. Herder.
- Tajfel, H. y Turner, J. (2001). *An integrative theory of intergroup conflict*. In M. A. Hogg & D. Abrams (Eds.), *Key readings in social psychology. Intergroup relations: Essential readings* (p. 94–109). Psychology Press.
- Thorne, A. (2004). Putting the person into social identity. *Human Development*, 47, pp. 361-365.

- Torregrosa Peris, José Ramón (1983) *Sobre la identidad personal como identidad social*. Perspectivas y contextos de la psicología social. Hispano Europea, Barcelona, pp. 217-240.
- Turner, J.C. (1999). Some current issues in research on social identity and self-categorisation theories. En N. Ellemers, R. Spears y B. Doosje (Eds.): *Social identity: Context, commitment, content* (pp. 6-34). Oxford: Blackwell.
- Turner, J.C., Hogg, M.A., Oakes, P.J., Reicher, S.D., y Wetherell, M.S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Blackwell (versión española: Turner, J.C., Hogg, M.A., Oakes, P.J., Reicher, S.D., y Wetherell, M.S. [1990]. *Redescubriendo el Grupo Social*, Madrid: Morata).
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (1997). Simposio UNESCO/CCI "La Artesanía y el mercado internacional : comercio y codificación aduanera".
<http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/craftsand-design/>
- Upadhyay, P. (2020). Promoting Employment and Preserving Cultural Heritage: A Study of Handicraft Products Tourism in Pokhara, Nepal. *Journal of Tourism & Adventure*, 3:1, pp.1-19.
- Van Vugt, M. & Hart, C.M. (2004). Social identity as social glue: The origins of group loyalty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, pp. 585-598.
- Vega, I. (2014). *Buscando el río: Identidad, transformaciones y estrategias de los migrantes indígenas amazónicos en Lima Metropolitana*. Terra Nova.
- Vignoles, V.; Chrysochoou, X.; Breakwell, G. (2000). The distinctiveness principle: Identity, meaning and the bounds of cultural relativity. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 337–354.
- Vignoles V.; Regalia, C.; Manzi, C.; Gollidge, J. & Scabini, E. (2006). Beyond self-esteem: Influence of multiple motives on identity construction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, pp. 308-333.

Vignoles, V. & Moncaster, N. (2007). Identity motives and in-group favouritism: A new approach to individual differences in intergroup discrimination. *British Journal of Social Psychology*, 46, pp. 91-113.

Vignoles, V. L. (2011). Identity Motives. *Handbook of Identity Theory and Research*, 403–432.

Worchel, S. y Coutant, D. (2005). It takes two to tango: Relating group identity to individual identity within the framework of group development. En: M.B. Brewer & M. Hewstone (Eds). *Self and Social Identity* (pp.182-202). Blackwell.



Apéndices

Apéndice A

Consentimiento Informado

(a ser enviado vía Whatsapp a las participantes)

Yo, _____, acepté participar voluntariamente en una entrevista conducida por Andrea Holgado.

He sido informada que el objetivo de la investigación es conocer el rol de la artesanía en el proceso de construcción de la identidad de mujeres artesanas del colectivo Cantagallo Renace.

Me indicaron que tendría que responder una serie de preguntas, lo cual tomará aproximadamente 40 minutos de mi tiempo. También, me consultaron si la entrevista podría ser registrada en audio, lo cual *(acepté/no acepté)*. Además, se me informó que este material será transcrito, cambiando todos aquellos datos que puedan revelar mi identidad; y que una vez finalizada la investigación, dicho material será destruido, casi en su totalidad. Se me informó que el fragmento del audio en el que consentía mi participación sería conservado a modo de firma verbal.

Reconozco que la información que compartí en la entrevista es estrictamente confidencial, por lo que no será usada para ningún otro propósito fuera de los fines pedagógicos contemplados en la investigación.

Me informaron que, una vez concluido el proceso de análisis, se me brindará una devolución, previa coordinación conmigo. Se me resaltó que durante la entrevista era libre de hacer preguntas sobre el proceso en cualquier momento. Asimismo, fui informado/a que contaba con la posibilidad de dejar de participar en la investigación en cualquier momento que lo desee, sin que esto implicase algún perjuicio para mi persona.

Firma de la participante

Consentimiento Informado

(oral)

La presente investigación es conducida por mi, Andrea Holgado, estudiante del penúltimo ciclo de la carrera de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo de la investigación es conocer el rol de la artesanía en la construcción de la identidad de mujeres artesanas del colectivo Cantagallo Renace.

Si usted accede a participar, se le pedirá responder a una serie de preguntas en esta única sesión de entrevista que durará aproximadamente 40 minutos. Si no desea responder alguna de las preguntas, o prefiere no conversar sobre algún tema en particular, está en todo su derecho de abstenerse y comunicármelo.

Toda la información que se recoja será manejada con absoluta confidencialidad, protegiendo y modificando los datos personales y contextuales que puedan revelar su identidad. Su participación en esta investigación es totalmente voluntaria; y usted puede retirarse de la misma en el momento en que lo considere, sin que esto conlleve algún perjuicio para usted. Si tiene alguna duda sobre este trabajo, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación.

Asimismo, si después de la entrevista tiene alguna duda o prefiere retirar su participación puede contactarme a mi número de teléfono 964692080 o a mi correo electrónico andrea.holgado@pucp.pe

Luego de haber revisado estos puntos, ¿acepta participar en la investigación?

Solicitamos su autorización para que lo que se converse durante la entrevista pueda ser grabado en audio, de modo que pueda transcribir las ideas que usted haya expresado para su posterior análisis. ¿Está usted de acuerdo con este punto?

Una vez finalizada la investigación, el audio se destruirá casi en su totalidad. En este punto es necesario señalar que, si usted acepta participar, se conservará la sección en la que exprese su consentimiento a modo de firma verbal.

Una vez se haya completado el proceso de análisis, al finalizar la investigación se le enviará un resumen con los hallazgos más importantes. De igual manera, en caso desee una devolución personal de resultados puede solicitarla.

Apéndice B

Protocolo de Contención

La presente investigación se realizó durante una época de pandemia y se entrevistaron mujeres en situación de vulnerabilidad económica. Por ello, y con el propósito de seguir los lineamientos éticos para el cuidado de los/as participantes, se ha propuesto el siguiente protocolo de contención. Su aplicación será transversal a todo el proceso de recolección de información, y busca ser una herramienta de soporte para la investigadora, en caso ocurra alguna movilización por parte de la participante al momento de responder alguna pregunta.

Las actitudes y herramientas más importantes del entrevistador son las siguientes:

- Empatía: Escuchar a la persona desde su propio marco de referencia (afectivo y social), siendo capaces de ponerse en su lugar al recibir sus respuestas.
- Escucha activa y respetuosa: Saber escuchar con atención, sin juzgar el contenido del discurso del/la participante.
- Consideración positiva: Considerar que la persona participante está haciendo lo mejor que puede según sus circunstancias y su nivel de conciencia.
- Congruencia: Estar atentos/as al nivel de congruencia entre el contenido del discurso y la experiencia afectiva mostrada por el/la participante.
- Atención a lo no verbal: Observar en el/la participante su expresión corporal y los signos paralingüísticos (*cómo* se dicen las cosas)
- Favorecer la expresión: Facilitar la expresión discursiva y afectiva del/la participante, en el seno de una comunicación interesada y respetuosa. En caso se perciba que la persona participante presente dificultades para elaborar sus experiencias, se hará uso de la técnica del “reflejo” (repetir lo último que dijo) para favorecer sus procesos de elaboración y expresión de la experiencia narrada.
- Concretización. Explorar el significado personal de la situación para la persona participante, sin presumir sobre su experiencia a partir de las propias experiencias del/la entrevistador/a. En este sentido, se llevará a cabo una comunicación que vaya de lo más general a lo más específico; utilizando repreguntas que apuntan hacia el “cómo cuál”, “para qué”, “cómo”, “cuándo”, “dónde”, “cómo así”.

Consideraciones especiales para la entrevistadora

- Se procurará estar en un espacio privado y libre de interrupciones para la entrevista, con el fin de poder prestar atención y respeto a la persona participante.
- En caso la entrevista sea vía videollamada, la entrevistadora tendrá su cámara encendida, de modo que la persona participante pueda tener la imagen de una persona frente a sí; manteniendo, en lo posible, contacto visual al momento de realizar la conversación. Cabe resaltar que no se forzará a que la entrevistada tenga su cámara encendida.
- En caso la participante encuentre su capacidad de contención afectiva desbordada por la magnitud de los afectos presentes en la comunicación, se tendrá a disposición una serie de técnicas de relajación, para facilitar el retorno a una sensación de tranquilidad por parte de la persona participante. En estos casos, se conversará con el/la participante si se encuentra afectivamente disponible para seguir con la entrevista.

En el caso que el/la participante no se encuentre afectivamente disponible, se le preguntará si estaría bien programar una segunda sesión de la entrevista, o si desea dejar de participar en el proceso de investigación. En cualquiera de ambos escenarios, se le agradece por su tiempo y por compartir sus experiencias con la entrevistadora. Se le pregunta si desea recibir una cartilla con números telefónicos a los que puede acudir en caso desee ayuda profesional con su malestar. De ser así, se le envía o entrega dicho documento.

Anexo de derivación

Atención psicológica

Centro de Escucha de La Ruiz, :

<https://www.facebook.com/CentrodeEscuchadelaRuiz/> - Correo:

centrodescucha.ruiz@uarm.pe

Centro de Psicoterapia Psicoanalítica de Lima: WhatsApp 970-089-355

Lázuli - Atención psicológica virtual:

<https://www.facebook.com/lazulipe/>

Línea de escucha y Apoyo Psicológico - Psicólogos Contigo:

Formulario para solicitar atención

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd5NigVuxPwnqAJ6parEgjRbPuPhazhNuJdSvwYhbNPht6Rg/viewform?fbclid=IwAR3YLeMwphZvhLwY3cu6TNvXVULwJru2xVIkJI2VMtz9R5i-9g6HJJobhiYw>

Línea gratuita de soporte emocional de la Sociedad Peruana de Psicoanálisis: Formulario para solicitar atención

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScFio7O7pcJBeWOFaxLK8viK2jIvmUwLLYjkZQyvShr8y iB3w/viewform>

Sentido - Centro Peruano de Suicidología y Prevención del Suicidio:

498-2711

Orientación médica

Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas: 201-6500

Líneas del Ministerio de Salud en caso de consultas o sospechas de coronavirus: 107 ó 113

Ministerio de Salud, en caso de informes, consejería en salud y psicología, atención y orientación ante casos de violencia familiar y contra las mujeres: 411-8000

Atención en violencia

Denuncia contra la violencia familiar y sexual: 100

Ministerio de Salud, en caso de informes, consejería en salud y psicología, atención y orientación ante casos de violencia familiar y contra la mujer: 411 8000

Orientación legal y policial

Central policial: 105

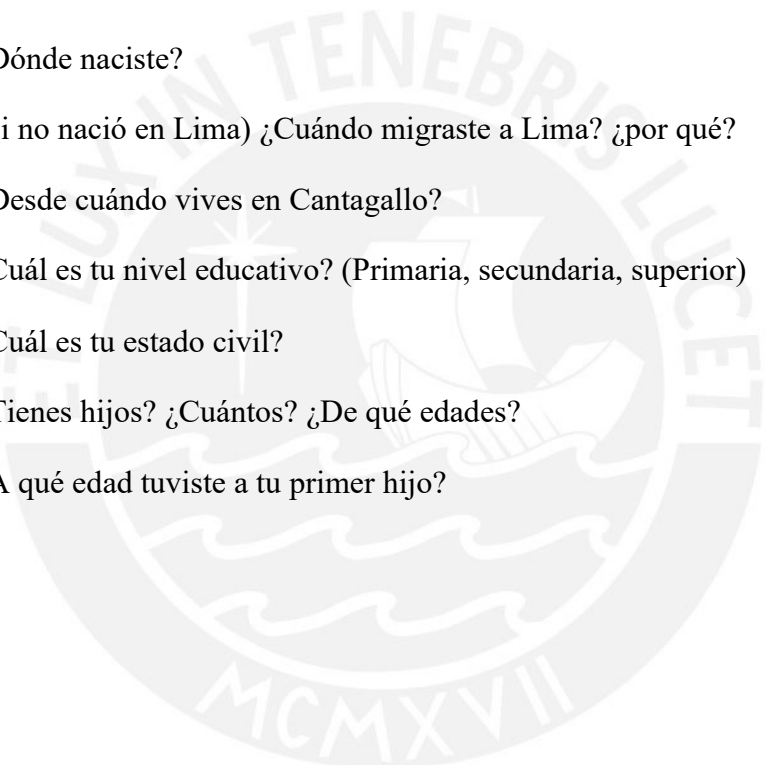
Defensoría del Pueblo Línea gratuita: 0800-15170 / 311-0300

Orientación Legal Gratuita del Ministerio de Justicia: 0800-15259

Programa Juntos (Pobreza): 444-2525

Apéndice C

Ficha Sociodemográfica

1. ¿Cuál es tu edad?
 2. ¿Dónde naciste?
 - a. (Si no nació en Lima) ¿Cuándo migraste a Lima? ¿por qué?
 3. ¿Desde cuándo vives en Cantagallo?
 4. ¿Cuál es tu nivel educativo? (Primaria, secundaria, superior)
 5. ¿Cuál es tu estado civil?
 6. ¿Tienes hijos? ¿Cuántos? ¿De qué edades?
 7. ¿A qué edad tuviste a tu primer hijo?
- 

Apéndice D

Guía de entrevista semiestructurada

Experiencias como mujer artesana

1. ¿Desde cuándo haces artesanías?
 - a. ¿Cómo era tu vida antes de realizar artesanías? ¿Qué ha cambiado?
2. ¿Qué fue lo que te motivó a aprender artesanía? ¿Qué te motiva a seguir realizando artesanías?
3. ¿Haber migrado a Lima ha influenciado en tus artesanías?
4. ¿Alguna vez pensaste en dedicarte a alguna otra actividad?
5. ¿De quién aprendiste a hacer artesanía?
 - a. ¿Como aprendiste?
 - b. ¿Podrías contarme un poco sobre tus inicios como artesana?
 - c. ¿Cómo ha evolucionado tu aprendizaje con el tiempo?
 - d. ¿Como te ha hecho sentir tu crecimiento como artesana?
 - e. ¿Qué tan buena artesana te sientes en este momento? ¿por qué? ¿ qué te falta por mejorar?
6. ¿Ha cambiado de alguna manera la idea que tienes de ti misma desde que haces artesanía?
 - a. Si ha cambiado, ¿en qué ha cambiado? ¿A qué crees que se debe ese cambio?
7. ¿Que tipo de artesanías realizas?
 - a. ¿Como describirías ese tipo de artesanía?
8. ¿Qué significa la artesanía para ti? / ¿Que representa la artesanía en tu vida?
9. ¿Qué haces con esas artesanías?
10. ¿Como te sientes haciendo artesanía?
11. ¿Qué significa para ti hacer artesanía?

- a. ¿Qué significa ser una mujer artesana?
 - b. ¿En qué te ha ayudado la elaboración de artesanía? ¿Y la venta?
 - c. ¿Qué cosas buenas ha traído a tu vida hacer artesanía?
12. ¿Qué es lo que tú más valoras de hacer artesanía?
13. ¿Qué es lo mejor de hacer artesanía?
- a. ¿Qué es lo peor de hacer artesanía?

Habiendo hablado de tu experiencia personal como artesana, ahora quisiera que me cuentes en general sobre las mujeres que elaboran artesanía en Cantagallo

14. ¿Qué caracteriza a la mujer artesana de Cantagallo?
- a. ¿Hay diferencias entre mujeres artesanas y no-artesanas?
 - b. ¿Hay diferencias entre mujeres artesanas y hombres artesanos?
 - c. ¿Como es el día normal de una mujer artesana de Cantagallo?
 - d. ¿La rutina de la mujer artesana ha ido cambiando con el tiempo? ¿Qué efecto ha tenido la pandemia en la cotidianidad de las mujeres artesanas?
 - e. ¿Son diferentes las artesanas shipibas actuales que las artesanas shipibas de épocas anteriores?
15. ¿Le has enseñado a alguien a realizar artesanías? ¿Cómo así?
- a. ¿Qué significa enseñar artesanía para ti?
16. ¿Con quienes haces artesanía?
- a. ¿Como te sientes al respecto?
17. ¿Como trata la comunidad a las mujeres artesanas?
- a. ¿Como tratan los dirigentes a las mujeres artesanas?

Experiencias en el colectivo y comunidad de Cantagallo

18. ¿Como así te uniste al colectivo?
- a. ¿Como te sientes perteneciendo al colectivo?

- b. ¿Qué rol cumples en el colectivo?
19. ¿Para ti qué significa pertenecer al colectivo?
- a. ¿Qué tan importante es para ti pertenecer al colectivo? ¿Por qué?
20. ¿Qué cambios han surgido en tu vida desde que te uniste a este colectivo?
21. ¿Qué representan las demás miembros del colectivo para ti?
- a. ¿Como describirías tu relación con ellas?
 - b. Me podrías dar algunos ejemplos de la relación que tienes con ellas
 - c. ¿En qué te pareces a las demás artesanas del colectivo?
 - d. ¿En qué te diferencias de las demás artesanas del colectivo? ¿y de las artesanas de la comunidad?
22. ¿Qué tanto se valora a la mujer artesana en la comunidad de Cantagallo? Me podría dar algunos ejemplos.
23. ¿Qué tanto se valora a la mujer artesana en la sociedad peruana?
- a. ¿Vender artesanías en Lima te ha traído experiencias positivas a ti y/o al colectivo? Me podrías contar alguna experiencia
 - b. ¿Te ha traído experiencias negativas a ti o al colectivo? Me podrías dar algunos ejemplos
- 