

Metas de Bienestar y Valores en una Comunidad Rural Andina de Puno-Perú

Wellbeing Goals and Values in a Rural Andean Community of Puno-Peru

Metas de Bem-Estar e Valores em uma Comunidade Rural Andina de Puno-Peru

BENJI PÉREZ-SALINAS

AGUSTÍN ESPINOSA

Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú

MAITE BERAMENDI

Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Resumen

Se realizó un estudio cualitativo con el objetivo de identificar, describir y analizar la relación entre las metas de bienestar y los valores que poseen los pobladores de una comunidad andina en Puno, Perú. Los resultados sugieren que las principales metas de bienestar para los participantes son: tener buen ganado, tener dinero y brindarle mejor educación a sus hijos. Los valores considerados positivos son: el trabajar y el compañerismo; en contraposición, los valores negativos son: la ociosidad y la envidia-egoísmo. De lo anterior se infiere que los valores identificados corresponden a culturas colectivistas y materialistas, y que estos influyen en la configuración y consolidación de las metas de bienestar de los miembros de la comunidad.

Palabras clave: colectivismo, materialismo, metas de bienestar, valores, Perú.

Abstract

A qualitative study was carried out in order to identify, describe, and analyze the relation between wellbeing goals and values held by an Andean community in Puno, Peru. The findings showed that the main wellbeing goals are owning good cattle, having money, and giving their children a better education. The values considered positive are working and companionship, as opposed to idleness and jealousy-selfishness, which were considered negative. On this basis, it was possible to infer that the identified values correspond to collectivist and materialist cultures, and that these values influence the establishment and consolidation of the wellbeing goals of the members of the community.

Keywords: collectivism, materialism, wellbeing goals, values, Peru.

Resumo

Realizou-se um estudo qualitativo com o objetivo de identificar, descrever e analisar a relação entre as metas de bem-estar e os valores que possui a população de uma comunidade andina em Puno (Peru). Os resultados sugerem que as principais metas de bem-estar para os participantes são: ter bom gado, ter dinheiro e oferecer melhor educação aos seus filhos. Os valores negativos são: a ociosidade e a inveja-egoísmo. Do anterior, infere-se que os valores identificados correspondem a culturas coletivistas e materialistas, e que esses valores influenciam na configuração e consolidação das metas de bem-estar dos membros da comunidade.

Palavras-chave: coletivismo, materialismo, metas de bem-estar, valores, Peru.

Cómo citar este artículo: Pérez-Salinas, B., Espinosa, A., & Beramendi, M. (2014). Metas de bienestar y valores en una comunidad rural andina de Puno-Perú. *Revista Colombiana de Psicología*, 23(1), 149-161.

La correspondencia relacionada con este artículo debe dirigirse a Benji Pérez-Salinas, e-mail: benji.perezs@pucp.pe. Pontificia Universidad Católica del Perú, Av. Universitaria 1801, Lima 32, Lima, Perú.

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

RECIBIDO: 12 DE JULIO DE 2012 - ACEPTADO: 12 DE MARZO DE 2014

Cultura y Valores

LA CULTURA se entiende como un conjunto de valores, creencias y normas compartidas por un grupo (Hofstede, 1991; Lehman, Chiu, & Schaller, 2004), las cuales son transmitidas generacionalmente, y brindan a las personas pautas para interactuar entre ellas y ante su entorno (Lehman et al., 2004; Triandis, 1996).

Los valores son elementos centrales de la cultura y poseen ciertas características primordiales: primero, son considerados conceptos o creencias ligadas a afectos; segundo, corresponden a metas y comportamientos deseables; tercero, trascienden situaciones específicas; cuarto, guían la selección o evaluación de comportamientos, personas y eventos; y, por último, están ordenados según la importancia relativa que les asigne la persona (Schwartz, 1992; Schwartz & Bilsky, 1990; Smith & Schwartz, 1997).

A partir de dichas características, los valores posibilitan que las personas o grupos sociales puedan regular el funcionamiento social en tres niveles: (a) suplir necesidades biológicas; (b) satisfacer un conjunto de requerimientos para la interacción social coordinada; y (c) cumplir con los requisitos para el adecuado funcionamiento, supervivencia y bienestar de los grupos (Schwartz, 1992; Smith & Schwartz, 1997).

Desde la aproximación de Kasser y Ryan (1996), los valores son caracterizados según su naturaleza intrínseca o extrínseca. Al respecto, diversos estudios en Estados Unidos han identificado que los sentimientos de compromiso y apoyo a la comunidad se vinculan a valores intrínsecos como la auto-aceptación, afiliación y cooperación, y entran en oposición con valores extrínsecos como el dinero, la fama y la buena apariencia física. Los valores intrínsecos posibilitan simultáneamente el desarrollo personal y el de la comunidad, lo cual genera lazos de confianza e interdependencia que fortalecen el capital social (Twenge, Campbell, & Freeman, 2012).

Desde otra perspectiva, los valores pueden clasificarse como posmaterialistas o

materialistas. Al respecto, estudios transculturales sugieren que las sociedades con altos niveles de desarrollo se asocian a valores posmaterialistas como el ocio y el hedonismo; este tipo de valores adquiere importancia en la medida en que las necesidades básicas se encuentran satisfechas y el acceso a los recursos de subsistencia está garantizado. En contraposición, las sociedades con bajos niveles de desarrollo e insertadas en contextos de inequidad social, reportan puntuaciones elevadas en valores de tipo materialista como el esfuerzo y el trabajo, asociados al progreso social como medio para resolver un conjunto de necesidades básicas que no siempre se encuentran satisfechas (Inglehart, 1998).

Los niveles de desarrollo de una sociedad también se encuentran vinculados a cambios religiosos, económicos y políticos, e implican patrones culturales diferenciados de existencia social, en los que se fundamenta la explicación de los síndromes culturales del individualismo y el colectivismo (Gouveia & Clemente, 1998). Las culturas individualistas promueven valores de poder, logro, hedonismo y autodirección (Gouveia & Clemente, 1998; Zlobina, 2004); inversamente, las culturas colectivistas, como las latinoamericanas en general (Sánchez-Burks, Nisbett, & Ybarra, 2000) y la andina en particular (Ortiz, 2001), enfatizan en valores como la benevolencia, la tradición y la conformidad (Gouveia & Clemente, 1998; Zlobina, 2004). Este segundo tipo de valores apuntala relaciones interdependientes dentro de los grupos naturales, que promueven la evitación del conflicto, la empatía afectiva y la expresión abierta de afectos positivos, que constituyen la base del mantenimiento de buenas relaciones interpersonales y refuerzan el escenario cultural del ser simpático; por ello, estos valores muestran una clara preferencia por la estabilidad y la armonía del grupo sobre las de la persona (Gissi, Zubietta, & Páez, 2002; Kimble et al., 2002). Finalmente, en las culturas colectivistas latinoamericanas se expresan con relativa frecuencia valores materialistas y de

seguridad (Basabe & Ros, 2005). La asociación entre el materialismo y la seguridad se debe a que estos escenarios presentan niveles de desarrollo social limitados, que hacen a estas sociedades poco previsibles y con complejos problemas que originan que la motivación por el acceso a recursos para asegurar la supervivencia y la seguridad prevalezcan como objetivos importantes (Bilbao, Techio, & Páez, 2007; Inglehart, Basáñez, Diez-Medrano, Halman, & Luijkx, 2003).

Metas de Bienestar

Las metas constituyen representaciones de estados internos deseados (Austin & Vancouver, 1996), Elliot y Fryer (2008) proponen un conjunto de consideraciones sobre aquello que las caracteriza: en primer lugar, una meta es una representación mental que se focaliza en un objeto, entendiendo este como entidad, experiencia, característica o evento; en segundo lugar, la meta cumple la función de guía u orientación del comportamiento; en tercer lugar, esta se centra en el futuro (a corto y largo plazo); y finalmente, se caracteriza porque el organismo está comprometido a aproximarse a ella.

Adicionalmente, la meta forma parte de una estructura de conocimiento jerárquica y dinámica, puesto que puede contener debajo de sí misma submetas que la conforman y que permiten alcanzar una meta de orden superior (Austin & Vancouver, 1996).

Huertas y Agudo (2003, citado en Cataneo, 2008) mencionan que los motivos sobre los que se constituyen las metas se activan en función de las características subjetivas de las personas y sus contextos; formando parte de patrones culturales compartidos, aceptados y reelaborados por los sujetos, según los entornos socioculturales en que son adquiridas.

Sobre la base de lo mencionado, el constructo *metas de bienestar* puede ser entendido como la representación cognitiva de un estado de bienestar (el objeto) que el individuo desea y pretende obtener. En ese sentido, las metas

manifiestan y conforman las concepciones particulares sobre lo que los individuos consideran que es el bienestar. A su vez, se puede señalar que la búsqueda del bienestar o la felicidad es, en sí misma, una meta general de vida (Suh, Diener, Oishi, & Triandis, 1998). Finalmente, el bienestar y las metas definidas para alcanzarlo dependen de nociones compartidas de vida enmarcadas socioculturalmente a través de los valores (Suh & Koo, 2008; Veenhoven, 2008).

Valores y Metas de Bienestar en el Perú

La idea de que existe una asociación significativa entre los valores y el bienestar ha sido corroborada por distintos estudios en diversos escenarios culturales (Bilbao et al., 2007; Twenge et al., 2012). Con respecto al efecto de los valores en el bienestar se han planteado dos hipótesis: la del efecto directo y la de la congruencia. La primera de ellas sugiere que existen valores intrínsecamente positivos para el bienestar, tales como la autodirección y la benevolencia, los cuales se asocian a una balanza de afectos positivos y a una buena integración social. Asimismo, hay valores negativos para el bienestar, como el poder, asociado a metas extrínsecas, o aquellos de conformismo, que limitan la autonomía personal. De manera alternativa, la hipótesis de la congruencia plantea que los valores serán beneficiosos para el bienestar cuando se encuentren alineados con los valores predominantes en un contexto cultural específico (Bilbao et al., 2007).

Yamamoto y Feijoo (2007) retomaron la idea de que las metas de bienestar remiten a las necesidades de mayor jerarquía para las personas, y añaden que estas son el punto de partida en el proceso de logro del bienestar y que los valores son una variable influyente en su priorización y activación.

En estudios con diversas comunidades andinas y urbano-marginales del Perú, Yamamoto y Feijoo (2007) identificaron tres metas que inciden en el bienestar de las personas. La primera

de ellas es *tener un lugar para vivir mejor*, la cual hace referencia a vivir en un vecindario limpio, bonito, tranquilo (sin delincuencia ni violencia) y que dé cuenta de que se está “saliendo adelante”. La segunda meta es la de *formar una familia*, la cual tiene como indicadores principales conformar una pareja (o contraer matrimonio) y tener hijos. La última meta encontrada es la de *desarrollo*, la cual se refiere a tener un trabajo asalariado, una vivienda, educación para los hijos, salud, alimentación y formación profesional (Yamamoto & Feijoo, 2007).

La concepción del desarrollo en comunidades rurales andinas se encuentra vinculada con actividades agropecuarias y comerciales, tanto de subsistencia como de acumulación de capital (Ortiz & Yamamoto, 1999). Esta concepción se asocia a procesos de des-campesinización y modernización tecnológica (Ruíz-Bravo, 2003). Las nociones de desarrollo también se encuentran vinculadas a la inversión en la educación de los hijos, pues esta se percibe socialmente como una oportunidad de progreso, prestigio y modernización (Ortiz & Yamamoto, 1999; Ruíz-Bravo, 2003; Yamamoto & Feijoo, 2007).

En las sociedades andinas, según Ortiz y Yamamoto (1999), los individuos tienden a aceptar los valores compartidos por el grupo, se promueven acciones como la cooperación grupal y el estar al servicio de los miembros de la propia comunidad. Diversas investigaciones dan cuenta de que las personas que viven en el campo poseen menos valores individualistas que quienes viven en las grandes ciudades (Smith & Schwartz, 1997), y además, que en la vida rural los contextos de escasez de recursos refuerzan el colectivismo con el objetivo de lograr la supervivencia (Inglehart, 1998; Triandis, 1995).

Estos valores se vinculan con dos principios esenciales del pensamiento andino: el de relación y el de reciprocidad. El primero afirma que todo está relacionado con todo, que el “ser” en la concepción andina es un “ser relacionado”. La entidad básica no es el ente sustancial y único,

sino la relación, y es esta la que va definiendo al ente. El segundo principio planteado indica que a cada acto le corresponde como contribución complementaria un acto recíproco; es decir, diferentes actos se condicionan mutuamente de tal manera que el esfuerzo en una acción por un actor será recompensado por una inversión de la misma magnitud por parte del receptor, lo cual genera un tipo de justicia de intercambio de bienes, sentimientos y personas (Eastermann, 2006).

A partir de lo expuesto, se puede afirmar que no es posible generalizar para todas las culturas el concepto de lo que es o involucra el bienestar. No obstante, en general, las investigaciones sobre este tema tienden a cristalizar una aproximación monocultural, al considerar un rango restringido de participantes y contextos —generalmente, personas ciudadinas, estudiantes o adolescentes (Catanneo, 2002; Salmela-Aro, 2010), que pertenecen a clases sociales medias o altas (Castro & Díaz, 2002)—. Por lo tanto, el propósito del presente estudio fue comprender las metas de bienestar que poseen las personas con relación a los valores predominantes en su contexto socio-cultural. En este caso, como se ha mencionado anteriormente, en el contexto de una comunidad rural andina del sur del Perú llamada Puno.

Método

Participantes

Los participantes fueron 20 personas (10 mujeres y 10 hombres), entre 19 y 50 años de edad, nacidas y residentes en la comunidad rural donde se desarrolló el estudio. Los participantes presentaron niveles educativos heterogéneos, sin embargo, se buscó que poseyeran un manejo adecuado del idioma castellano, ya que los investigadores no dominaban el quechua, idioma materno de la comunidad.

Instrumentos

Se empleó parte del protocolo correspondiente a los temas de metas y valores de la

entrevista semiestructurada de componentes émicos del bienestar (Yamamoto, 2004). La guía de entrevista comprende dos preguntas centrales a través de las cuales se desarrolla la discusión de los temas propuestos, a saber:

1. “¿Qué necesita para ser feliz?”: pregunta cuyo objetivo era indagar los elementos necesarios para alcanzar el bienestar (metas de bienestar).
2. “¿Cómo es una buena persona en esta comunidad?”: con esta pregunta se pretendía indagar sobre los atributos socialmente deseables que establecen pautas de conducta en la comunidad de estudio (valores).

La pertinencia de este instrumento se sustenta en que ha sido desarrollado en contextos rurales andinos del Perú como la comunidad en estudio. Además, dado el interés de los investigadores por descubrir cuáles son los valores criticados/rechazados o percibidos como negativos por los participantes de la comunidad, se añadió la siguiente pregunta: “¿Cómo es una mala persona en esta comunidad?”.

Procedimiento

El primer paso fue establecer contacto con las principales autoridades y líderes locales de la comunidad, con el propósito de explicar el motivo de la investigación y pedir su colaboración para facilitar el contacto con los pobladores. Posteriormente, se ejecutó el protocolo de entrevista con las personas que aceptaron participar.

En la etapa de análisis, se utilizó la técnica de análisis de contenido, una técnica objetiva y sistemática que trabaja con materiales representativos como textos o discursos (Andréu, 2003; Porta & Silva, 2003) con el propósito de ordenar y analizar su contenido manifiesto (Vieytes, 2004) y así poder realizar deducciones lógicas justificadas y reproducibles que puedan aplicarse a un contexto particular (Porta & Silva, 2003). Este tipo de análisis permitió sintetizar la información recogida en las entrevistas en una

serie de categorías que comprenden las metas de bienestar y los valores de la comunidad.

Resultados

A partir de las entrevistas realizadas, se crearon diversas categorías de análisis que representan jerárquicamente las metas y submetas de bienestar, así como los valores positivos y negativos de la comunidad.

Meta de Bienestar 1: Buen Ganado

Una de las metas de bienestar reconocida por los participantes es poseer un *buen ganado*. Esta meta hace referencia al deseo de tener ganado de buena calidad y que produzca gran cantidad de leche. Esto permitiría obtener una mejor y mayor producción, así como una venta más próspera de productos lácteos derivados. Esta meta representa la actividad económica de la zona, por lo cual, su desarrollo es fundamental, ya que condiciona los ingresos de los pobladores rurales.

Necesitaría mi ganado, aquí criamos ganado, nosotros vendemos toretes, o de ahí sacamos lechecita y quesito para vender. (Mujer, 36 años)

Los participantes del estudio reconocieron diversas metas de menor jerarquía que deben alcanzar para obtener un buen ganado. La primera de estas es *pasto cultivado*, la cual hace referencia a la necesidad de tener un pasto que sea superior al natural; es decir, que crezca en menos tiempo y con menor cantidad de agua, que no se seque rápidamente y que resista la temporada de heladas. La importancia de esta meta es que a través de ella se puede brindar una mejor alimentación (forraje) al ganado, logrando así que este pueda tener una buena producción de leche o que pueda ser vendido a un mayor precio.

Necesitamos pasto cultivado, como radicamos en el campo a veces está seco, en cambio el pasto cultivado no se seca como el natural, con poca agüita no más rapidito crece y ya tienes para darle al ganado y que crezca bien, fuerte y grande. (Mujer, 38 años)

Pasto cultivado necesitamos, es un pasto mejorado para que el ganado coma mejor, esté grande, te aumenta la producción de leche o lo vendes a más precio. (Hombre, 28 años)

Otra meta deseada es la de *mejoramiento genético del ganado*, la cual refleja la necesidad de mejorar la raza del ganado mediante el cruce de las vacas con toros reproductivos o toros PPP (Puro por Pedigrí) o a través de la inseminación artificial. La importancia de mejorar el ganado genéticamente es que se pueden obtener ejemplares que produzcan una mayor cantidad de leche y que se puedan vender a un precio más alto.

Ganado mejorado genéticamente, un toro PPP para mejorar la raza o inseminación artificial. (Mujer, 40 años)

Ganado mejorado, más fuerte se pone, con ese se vende a más precio. (Mujer, 38 años)

Una tercera meta identificada es *riego por aspersión/motobomba/ pozos revestidos*. Esta refleja la necesidad de obtener tecnologías alternativas para el acceso al agua, ya que este recurso natural escasea en la zona. Así, con el riego por aspersión se busca poder irrigar los pastos para favorecer su crecimiento. Con la motobomba sería posible acceder con mayor facilidad a las reservas de agua en la zona, ya que se encuentran a una gran profundidad o distancia de la zona de residencia y pastoreo. Y, por último, con los pozos revestidos de cemento, se pretende asegurar la obtención de agua para reserva. Cabe mencionar que la motobomba y los pozos revestidos tienen como objetivo garantizar el consumo de agua tanto de los humanos como del ganado, para favorecer así su crecimiento y, con ello, obtener una mayor producción de leche y un mejor precio en el mercado.

Riego por aspersión, los ríos todo triste hay no más acá, con riego ya sacas de tu reservorio y jalas con tubos para que esté cerca del ganado y ya tiene

para mantenerse, sino sin agua a las justas está. (Mujer, 38 años)

Agua, necesitamos motobomba para regar donde no llega el río... Necesitamos para el pasto, para que coma bien el ganado y esté bueno para que dé leche. (Hombre, 46 años)

Además, se halló la meta de *cobertizos*, que son construcciones que resguardan a los animales de las lluvias y evitan que puedan morir por causa de las inclemencias climáticas.

Cobertizos para que en tiempo de lluvia no se moje el ganado, si no las crías también se mueren y trabajas por las puras. (Hombre, 46 años)

Capacitaciones/cursos es otra de las metas encontradas, la cual responde a la necesidad de recibir apoyo de las instituciones mediante capacitaciones o cursos, puntualmente, en lo que respecta al ganado y a sus productos derivados (lácteos). Ligado a lo anterior, también se busca obtener capacitación sobre cómo hacer una empresa y cómo manejar el dinero (saber ahorrar y vender), para poder optimizar y mejorar el trabajo.

Cursos de crianza de cuy o de hacer yogurt... Me gustaría llegar a ser dirigente de Santa Rosa, se traería agrónomos, economistas, ingenieros para que enseñen a hacer empresa. (Hombre, 45 años)

Meta de Bienestar 2: Dinero

Otra meta de bienestar identificada es el *dinero*, que se relaciona estrechamente con la anterior, ya que una actividad económica próspera posibilita poseer dinero, así como este posibilita mejorar y producir un mejor ganado.

Esta meta de bienestar hace referencia a la generación y obtención de mayores ingresos económicos con el fin de poder acceder a otras metas que reconocen como importantes. Los participantes reconocen al dinero como una

meta de bienestar, ya que obtenerlo implica una mejora en la calidad de vida de las personas que, según los participantes, se reflejaría en: *comprar mejores vacas, tener una mejor alimentación, poseer mejores servicios y comprar lotes de tierra para poder construir una vivienda.*

Cuando tienes dinerito das buena educación a tus hijos, les alimentas bien, o puedes comprar mejores vacas. (Hombre, 40 años)

El conjunto de las otras metas que se desglosan de la de *dinero* hace referencia a la seguridad y a la calidad de vida de los pobladores rurales. Una de las metas, *casa propia*, manifiesta la necesidad de tener un terreno/lote para poder construir una casa/cuarto propio y brindarles a las familias seguridad y un espacio propio donde vivir. La meta de *buena alimentación* expone la necesidad e importancia de tener buena comida para no pasar hambre y poseer buena salud. Algunos alimentos mencionados como parte de la buena alimentación son las frutas, la papa, la avena y la carne de animales como la gallina o el conejo. La última meta es la de *agua y desagüe/letrina al aire*, la cual da constancia de la necesidad e importancia de tener este servicio básico para mejorar la calidad de vida de las personas. Se indica que una forma para obtener este servicio es a través de los pozos revestidos (para el acceso a agua) y de la letrina al aire (para el desagüe).

Necesitamos animales, conejitos, gallinitas para dar a las wawas (niños) para comer, a veces no tenemos plata para comprar por eso criamos. (Mujer, 34 años)

Queremos agua y desagüe, o letrina al aire, es más limpio. (Mujer, 20 años)

Adicionalmente, el dinero se constituye en un recurso para acceder a otra meta de bienestar que consiste en *proveer a los hijos de una mejor educación.*

Meta de Bienestar 3: Mejor Educación

La meta *mejor educación* señala, principalmente, el deseo de los pobladores de que sus hijos puedan acceder a más y a mejores libros, a una mejor escuela, a una academia y a la universidad. Todo ello con el propósito de que sus hijos, inicialmente, tengan mayores conocimientos y sepan pensar (entendido como saber números y leer), y que, a futuro, puedan cursar estudios superiores y conseguir un título profesional. De esta manera, los padres anhelan que sus descendientes puedan sustentarse por sí mismos y que sean mejores que ellos, esta mejora se asocia con no tener el mismo tipo de trabajo que sus progenitores.

Quiero que mis hijos estudien en la universidad, para que no sean como yo, cuando tienen título a la mano cualquier trabajo se acomoda, el que no tiene triste se queda. (Mujer, 40 años)

Quiero que mis hijos sean mejores que yo, que tengan su profesión. Tienen que estudiar, es la mejor herencia, por eso me tengo que sacrificar, hay que apoyarlos. (Hombre, 40 años)

Valores Que se Asocian a una Buena Persona

Al igual que las metas, los valores responden a una organización jerárquica. A continuación los reportamos según la priorización asignada por los participantes del estudio.

El primer valor es *trabajar*. Este hace referencia al trabajo en sí, al hecho de estar en constante actividad y de no permanecer en casa sin hacer nada. Asimismo, se hace énfasis en el trabajo vinculado con el ganado y el campo: pastoreo de ganado, hacer y vender queso, y trabajar la chacra (parcela agrícola). Además, cabe mencionar que este valor del trabajo tiene una connotación de sacrificio por los hijos y la familia, se lo considera un deber.

Una buena persona es trabajadora, siempre está haciendo algo, patea su ganado o vende su queso. (Mujer, 40 años)

Es trabajadora, se sacrifica por sus hijos, por su familia. (Hombre, 40 años)

El segundo valor, *compañerismo*, se relaciona con compartir, ayudar, apoyar o prestar al resto de los pobladores de la comunidad elementos tangibles, como agua, comida, dinero o herramientas, e intangibles, como ideas, amistad, tiempo de trabajo, cuidado.

Que sea social, que comparta, si hay algo para todos tiene que ser, que no se adueñe de todo solito. (Mujer, 38 años)

Es caritativa, te da su comida, invita. O te presta sus cosas, te facilita algo, te da dinero. (Hombre, 50 años)

El tercer valor identificado conjuga las ideas de *respeto* y *cariño*, estas se ven reflejadas en la acción del saludo cordial, la valoración y amor hacia las personas de la comunidad, así como ser afectuoso/cariñoso con la familia, los hijos y cuidar de ellos.

Tiene que ser respetuosa con los demás, respetuosa con su comunidad. (Hombre, 40 años)

El cuarto valor es la *honradez-honestidad*, que se caracteriza por el cumplimiento de las promesas y el proceder de manera correcta.

Tiene que ser honrado, o sea es correcto, no te miente, cumple lo que te dice. (Hombre, 46 años)

Por último, se encuentra el valor de *estar al servicio de la comunidad*. En él se refleja la disposición de las personas para atender a las necesidades de su comunidad, trabajando en beneficio de ella.

Una buena persona está al servicio de su comunidad, de su pueblo. (Hombre, 28 años)

Valores que se Asocian a una Mala Persona

Estos valores también están estructurados jerárquicamente y se describen a continuación a partir de dicho orden.

El primero es la *ociosidad* que hace referencia al hecho de no hacer nada, de no trabajar, de permanecer en casa, de estar acostumbrado a lo regalado y lo fácil. Asimismo, se asocia con la pobreza.

[Una mala persona] [n]o trabaja, no hace nada, es ociosa. (Hombre, 46 años)

Ociosa es, gente acostumbrada a lo fácil, todo regalado quiere, todo facilito quiere. (Hombre, 45 años)

El segundo valor es el *egoísmo/envidia* que se vincula, por un lado, al hecho de no compartir nada de lo que uno posee con otros miembros de la comunidad y, por otro, a querer y trabajar solo para uno mismo, o para los demás solo si conviene al bienestar personal.

Es egoísta, no te presta nada, no te enseña nada, su parcela no más trabaja... Si le conviene te ayuda. (Hombre, 40 años)

El tercer valor es *no ayudar a nadie/a la comunidad*, que se vincula al anterior, pues se vislumbra el individualismo en la falta de colaboración y apoyo hacia los demás, la despreocupación por los problemas de la comunidad y la falta de disposición a trabajar en beneficio de esta.

Odía a la gente, no le gusta ayudar a nadie. (Hombre, 40 años)

No trabaja para el pueblo. (Mujer, 35 años)

El último valor criticado es el de *miramien-to*, que se define como la acción de estar pendiente de lo que una persona hace para luego criticarla o hablar mal de ella y discriminarla.

Hace miramiento, o sea, mucho te mira lo que haces y habla mal de uno. (Mujer, 19 años)

Discusión

A partir de lo expuesto, se evidencia que el cumplimiento de ciertas metas iniciales permite

obtener otras que poseen una mayor importancia, lo cual da cuenta de un sistema jerárquico de metas (Hugo, 2006) y, además, de que algunas de ellas funcionan a su vez como recursos, es decir, como medios materiales, subjetivos y de redes sociales, requeridos para el logro de las metas de mayor jerarquía (Austin & Vancouver, 1996). Es así que, en lo referente a la meta de bienestar 1, *buen ganado*, los recursos son: *pasto cultivado, mejoramiento genético, riego por aspersión/motobomba/ pozos de agua, cobertizos y capacitaciones/cursos*. A su vez, la meta de *buen ganado* funciona como recurso para acceder a la de *dinero*. Igualmente, esta última es un medio para obtener *buena alimentación, agua y desagüe/letrina al aire, casa propia* y, principalmente, *mejor educación*. Sin embargo, el *dinero* también es necesario para poder desarrollar y producir un buen ganado. Por lo cual, es posible inferir que a partir de una meta general se generan otras complementarias que se retroalimentan y se fusionan para generar y posibilitar nuevas metas (Austin & Vancouver, 1996), o que siempre funcionan como recursos para obtener una meta general de vida como la felicidad o el bienestar (Suh et al., 1998).

En esta comunidad en particular, se plantea como meta de bienestar un *buen ganado*. Ella manifiesta que la meta de *inversión en pastos cultivados, especialización en crianza, inversiones en animales de raza, proyectos de riego*, entre otras, se encuentran vinculadas a un proceso de descampesinización en el mismo campo (Ruíz-Bravo, 2003). Esto sugiere que las metas de bienestar para los participantes se relacionan con el deseo de modernización tecnológica pecuaria, pues la ganadería es la principal actividad económico-productiva de la zona y, por consiguiente, la subsistencia, el ahorro de dinero y el logro de metas de mayor jerarquía están basados en la crianza y comercialización de ganado y de sus productos derivados. Este tipo de actividad económico-productiva se observa en otras comunidades andinas rurales del Perú, donde las actividades

predominantes son la producción agropecuaria y el comercio tanto de subsistencia como de acumulación de capital (Ortiz & Yamamoto, 1999).

Las metas de *buena alimentación, agua y desagüe/letrina al aire y casa propia* hacen referencia al deseo de mejorar la calidad de vida, asociado particularmente a la satisfacción de necesidades básicas. Es decir, se desea un cambio positivo, de mejora y progreso respecto de las condiciones precarias de los participantes del estudio. Como se observa en el trabajo de Yamamoto y Feijoo (2007), hay una búsqueda de desarrollo que deviene de cumplimentar y mejorar la alimentación, la vivienda y la salud. En este sentido, se pone de manifiesto que los entrevistados de esta comunidad presentan valores de tipo materialista (Inglehart, 1998), en los que el progreso y el desarrollo están centrados en resolver y mejorar un conjunto de necesidades básicas. Precisamente, estos participantes, dadas sus condiciones sociales, no valoran ni invierten en actividades de ocio o entretenimiento, consideradas como superfluas, e, incluso, como valores negativos.

En relación con otra de las metas de mayor relevancia, *mejor educación*, Ruíz-Bravo (2003) manifiesta que esta se encuentra presente desde hace varias generaciones en comunidades con características similares a las de Puno y que es una de las áreas en las que se invierten mayores esfuerzos. Según la autora citada, este interés de los padres de la comunidad por brindar educación de calidad a sus hijos se debe a que esta se percibe como una posibilidad de progreso, prestigio y modernización. Asimismo, la falta de educación se asocia con la posibilidad de ser víctimas de engaños, abusos e injusticias y, por consiguiente, con la dificultad para reclamar sus derechos. Al respecto, estudios en otras comunidades rurales andinas del Perú encuentran como metas esenciales del bienestar la educación para los hijos como componente del desarrollo (Yamamoto & Feijoo, 2007) y la profesionalización de los mismos con el fin de subir en la escala social (Ortiz & Yamamoto, 1999).

A diferencia de otros estudios en Iberoamérica, en donde las metas son más abstractas, complejas e individuales (Castro & Díaz, 2002; Catanneo, 2008), las metas de este colectivo son más concretas y se refieren a elementos tangibles y costumbres tradicionales.

Con respecto a los principales valores positivos, *trabajar* y *compañerismo*, se observa que ambos complementan y posibilitan el desarrollo económico de la población, que es una de las metas de bienestar de la comunidad. En este sentido, el trabajo está vinculado con la crianza de ganado y actividades agrícolas. Además, cabe mencionar que este valor del trabajo tiene una connotación de sacrificio por los hijos y la familia.

En relación con el valor *compañerismo*, subyace la idea de ayuda, colaboración y apoyo, tanto en asuntos personales como en relación con el trabajo. En este sentido, el *compañerismo* es un valor característico de las sociedades colectivistas (Páez & Zubieta, 2004) que se hace concreto en el apoyo objetivo y subjetivo, y se inserta en una dinámica de compartir que une el progreso individual con el colectivo. Como se vio en las investigaciones de Yamamoto y Feijoo (2007), esta última es una característica de las comunidades rurales andinas, así como también de las sociedades colectivistas, que poseen valores intrínsecos como la preocupación por la comunidad (Twenge et al., 2012). Además, según los aportes de Estermann (2006), los principios que rigen el pensamiento de los pobladores andinos suponen un interés por establecer y mantener relaciones interpersonales (principio de relacionalidad) que contribuyan de manera concreta o simbólica a los demás pero también a uno mismo (principio de reciprocidad).

Los valores positivos restantes, *respeto*, *cariño*, *honradez-honestidad* y *estar al servicio de la comunidad* permiten la convivencia armoniosa de una comunidad. Para mantener un ambiente de este tipo se necesita que la gente respete a la comunidad como al resto de las personas, que haya relaciones de cariño y cuidado, que se evite

el conflicto y que exista empatía. Al mismo tiempo, estar al servicio de la comunidad restringe el accionar de cada persona al bienestar de esta. Y principalmente, para poder trabajar y vivir conjuntamente, se necesita que cada persona cumpla un rol y se pueda confiar en ella. De esta forma, para trabajar conjuntamente se requiere poder confiar en el otro (Gissi et al., 2002; Kimble et al., 2002).

En contraposición a estos valores surgen aquellos que son negativos y que la sociedad rechaza, de los cuales se destacan la *ociosidad* y el *egoísmo/envidia*. Como Ruíz-Bravo (2003) encontró, en oposición al valor del *trabajar*, la *ociosidad* se proscribió y critica fuertemente desde la infancia, ya que no responde a los mandatos, exigencias y necesidades de la comunidad, los cuales indican que el trabajo es importante tanto como medio para salir de la pobreza y para progresar como en términos de intercambios, reciprocidad y establecimiento de redes o lazos sociales. El *egoísmo/envidia*, el *no ayudar a nadie* y el *miramiento* se vinculan a pensar solo en relación con el bienestar personal y no colaborar ni ser constructivos con el resto de los pobladores de la comunidad; esto se contrapone con los valores de *compañerismo*, *estar al servicio de la comunidad* y el *cariño*, importantes para mantener la armonía del grupo.

Básicamente, estos valores dan cuenta de una disposición negativa de las personas a vincularse con los miembros de su grupo. Se puede pensar que lo que subyace a su desaprobación es el rechazo de un conjunto de creencias, valores y prácticas culturales en el que los objetivos individuales predominan sobre los grupales (Ruíz-Bravo, 2003; Yamamoto & Feijoo, 2007). En otras palabras, se rechaza o se evalúa de manera negativa un alto nivel de involucramiento con uno mismo, la priorización de las metas personales sobre las grupales, la independencia personal, el énfasis en el logro individual y la formación de lazos interpersonales ligeros (Basabe & Ros, 2005).

En conclusión, como se evidencia en los apartados previos, parece existir en la comunidad estudiada una predisposición favorable hacia los valores de corte colectivo orientados al grupo y a sus miembros, y desaprobación o distanciamiento de aquellos que priorizan lo individual. Esto se puede comprender por las condiciones sociales de la comunidad como la ruralidad y la escasez de recursos, las cuales refuerzan el colectivismo y el materialismo con el objetivo de lograr la supervivencia de sus miembros y de la comunidad (Inglehart, 1998; Smith & Schwartz, 1997; Triandis, 1995).

Retomando la definición de Schwartz (1992), los valores facilitan la acción coordinada de los grupos como también posibilitan cumplir los requisitos para el adecuado funcionamiento, supervivencia y bienestar de los mismos. En este sentido, los valores de *trabajo* y *compañerismo* son los pilares que organizan la sociedad. El primero promueve una actividad económica que les permite subsistir y, el segundo, posibilita la cohesión grupal de la comunidad. Asimismo, *respeto*, *cariño*, *honradez*, *honestidad* y *estar al servicio de la comunidad* posibilitan establecer en la sociedad ciertas reglas o formas de comportarse.

Como se refirió anteriormente, el estudio de las metas de vida ha sido tradicionalmente desarrollado en contextos culturales donde predominan valores individualistas y posmaterialistas, a partir de un sector muy reducido de la sociedad (Catanneo, 2008; Castro & Díaz, 2002; Salmela-Aro, 2010). Las investigaciones existentes vinculan las metas de vida y bienestar con aspectos y expectativas individuales. En ese sentido, el aporte principal de la presente investigación es profundizar en el conocimiento de las metas de vida que constituyen el bienestar de las personas en escenarios culturales colectivistas y materialistas como la comunidad andina estudiada.

Por tal motivo, el presente estudio exploratorio posibilita analizar las metas de bienestar

en contextos donde estas, si bien implican un beneficio personal, no excluyen el desarrollo comunitario, sino que lo promueven, al integrar valores intrínsecos como los sentimientos de comunidad y extrínsecos como el dinero —ya que su valor se reinterpreta como un medio para la supervivencia de las personas y la sociedad y no para la consecución de poder y logro personal (Gouveia & Clemente, 1998; Zlobina, 2004)—.

Finalmente, los resultados sugieren que se genera una interdependencia entre las metas que proporcionan mayor bienestar —vinculadas a las actividades productivas— y los valores de *trabajo* y *compañerismo* —que en la tradición andina implican labores comunitarias, en las cuales los comuneros trabajan en pro de metas compartidas que les proveen beneficios individuales a los que, de otra manera, difícilmente podrían acceder—.

Sin embargo, esta comunidad incorpora en sus metas el desarrollo de procesos de modernización productiva y la búsqueda de una mejor educación (Ortiz & Yamamoto, 1999; Ruiz-Bravo, 2003; Yamamoto & Feijoo, 2007), los cuales posibilitan el crecimiento y la mejora de la capacidad de los comuneros para afrontar los desafíos de la modernidad, lo que podría implicar en el futuro cambios graduales hacia intereses de corte más individualista, aunque estos últimos aún sean vistos de manera negativa.

Referencias

- Abela, J. A. (2008). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Granada: Universidad de Granada.
- Andréu, J. (2003). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Recuperado de <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- Austin, J. & Vancouver, J. (1996). Goals constructs in psychology: Structure process and content. *Psychological Bulletin*, 120(3), 338-375.
- Basabe, N. & Ros, M. (2005). Cultural dimensions and social behavior correlates: Individualism-collecti-

- vism and power distance. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 18(1), 189-225.
- Bilbao, M. A., Techio, E. M., & Páez, D. (2007). Felicidad, cultura y valores personales: estado de la cuestión y síntesis meta-analítica. *Revista de Psicología*, 25(2), 233-276.
- Castro Solano, A. & Díaz Morales, J. F. (2002). Objetivos de vida y satisfacción vital en adolescentes españoles y argentinos. *Psicothema*, 14(1), 112-117.
- Cataneo, M. E. (2008). Metas de adolescentes argentinos: un estudio exploratorio. *Orientación y Sociedad*, 8, 1-10.
- Elliot, A. J. & Fryer, J. W. (2008). The goal construct. En J. Shah & W. Gardner (Eds.), *Handbook of motivation science* (pp. 235-250). New York: The Guilford Press.
- Estermann, J. (2006). *Filosofía andina: sabiduría indígena para un mundo nuevo*. La Paz: ISEAT.
- Gissi, J., Zubieta, E., & Páez, D. (2002). La identidad social y cultural de América Latina. En J. F. Morales, D. Páez, A. L. Kornblit, & D. Asún (Coords.), *Psicología social* (pp. 57-94). Buenos Aires: Prentice-Hall.
- Gouveia, V. & Clemente, M. (1998). *La medida del individualismo y del colectivismo. La investigación en el campo de la psicología cultural*. La Coruña: Universidad de La Coruña.
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: Software of the mind*. London: McGraw-Hill.
- Hugo, D. (2006). Metas y emociones cuando se aprende a enseñar ciencias por autorregulación. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 9(22). Recuperado de <http://reme.uji.es/articulos/numero22/article3/nemero%2022%20article%203%20METAS.pdf>
- Inglehart, R. (1998). *Modernización y posmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*. Madrid: CIS/Siglo XXI.
- Inglehart, R., Basáñez, M., Diez-Medrano, J., Halman, L., & Luijkx, R. (2003). *Human beliefs and values*. México D. F.: Siglo XXI.
- Kasser, T., & Ryan, R. M. (1996). Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(3), 280-287.
- Kimble, C., Hirt, E., Díaz-Loving, R., Hosch, H., Lucaker, G. W. & Zárate, M. (2002). *Psicología Social de las Américas*. México: Prentice-Hall.
- Lehman, D. R., Chiu, Ch., & Schaller, M. (2004). Psychology and culture. *Annual Review of Psychology*, 55, 689-714.
- Ortiz, A. (2001). *La pareja y el mito: estudios sobre las concepciones de la persona y de la pareja en los Andes*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ortiz, A. & Yamamoto, J. (1999). Mixturas. *Anthropologica*, 17(17), 225-244.
- Páez, D. & Zubieta, E. (2004). Dimensiones culturales. Individualismo-colectivismo, creencias y conducta social. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos, & E. Zubieta (Coords.), *Psicología social, cultura y educación* (pp. 90-101). Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Porta, L. & Silva, M. (2003). *La investigación cualitativa: el análisis de contenido en la investigación educativa*. Recuperado de <http://www.uccor.edu.ar/paginas/REDUC/porta.pdf>
- Ruiz-Bravo, P. (2003). *Identidades femeninas, cultura y desarrollo: un estudio comparativo en el medio rural peruano*. Louvain: Presses Universitaires de Louvain.
- Salmela-Aro, K. (2010). Personal goals and well-being: How do young people navigate their lives? *New Directions for Child and Adolescent Development*, 130, 13-26.
- Sánchez-Burks, J., Nisbett, R. E., & Ybarra, O. (2000). Cultural styles, relational schemas and prejudice against out-groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(2), 174-189.
- Schwartz, S. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology* 25, 1-65.
- Schwartz, S. & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(5), 878-891.

- Smith, P. B. & Schwartz, S. H. (1997). Values. En J. W. Berry, M. H. Segal, & C. Kagitçibasi (Eds.), *Handbook of cross-cultural psychology* (Vol. 3, pp. 77-118.). Needham Heights: Allyn & Bacon.
- Suh, E., Diener, E., Oishi, S., & Triandis, H. (1998). The shifting basis of life satisfaction judgments across cultures: Emotions versus norms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(2), 482-493.
- Suh, E. & Koo, J. (2008). Comparing subjective well-being across cultures and nations: the “what” and “why” questions. En M. Eid & R. Larsen (Eds), *The science of subjective well-being* (pp. 414-427). New York: Guilford Press.
- Triandis, H. C. (1995). *Individualism and collectivism*. Boulder: Westview Press.
- Triandis, H. (1996). The psychological measurement of cultural syndromes. *American Psychologist*, 51(4), 407-415.
- Twenge, J., Campbell, W. K., & Freeman, E. (2012). Generational differences in young adults’ life goals, concern for others, and civic orientation, 1966-2009. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(5), 1045-1062.
- Veenhoven, R. (2008). Sociological theories of subjective well-being. En M. Eid & R. Larsen (Eds), *The science of subjective well-being* (pp. 44-61). New York: Guilford Press.
- Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*. Buenos Aires: De las Ciencias.
- Yamamoto, J. (2004). *El protocolo de entrevista a profundidad de componentes de bienestar*. Manuscrito no publicado.
- Yamamoto, J. & Feijoo, A. (2007). Componentes émi-cos del bienestar. Hacia un modelo alternativo de desarrollo. *Revista de Psicología*, 25(2), 197-231.
- Zlobina, A. (2004). La teoría de valores de S. Schwartz. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos, & E. Zubieta (Coords.), *Psicología social, cultura y educación* (pp. 73-88). Madrid: Prentice Hall.