



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

METAS DE BIENESTAR Y VALORES DE LA COMUNIDAD RURAL DE “KUNURANA ALTO”

Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología con mención en Psicología Social que

presenta el

Bachiller:

BENJI RICARDO PÉREZ SALINAS

ASESOR: AGUSTÍN ESPINOSA PEZZIA

LIMA – 2011



AGRADECIMIENTOS

A todos a quienes de una u otra manera han hecho posible el logro de esta meta:

A mi asesor, Agustín Espinosa, por su constante, valiosa y amena asesoría.

A la Dirección Académica de Responsabilidad Social de la PUCP, por permitir realizar mi tesis en el marco de uno de sus proyectos.

A Nora Cárdenas y Eloy Neira, por compartir sus experiencias y conocimientos conmigo.

A los pobladores de la comunidad de Kunurana Alto, por su paciencia, apertura y colaboración. Pero sobre todo, por compartir parte de su mundo conmigo.

A Marité, por los innumerables momentos de felicidad a tu lado. Te quiero.

A mi abuela, por haberme demostrado día a día su inagotable y noble amor.

A mi mamá y a mi papá por el enorme sacrificio que cada uno de ellos hizo durante todos estos años. Los espero.



RESUMEN

Metas de bienestar y valores en la comunidad rural “Kunurana Alto”

El presente estudio tiene como objetivo general identificar, describir y analizar las metas de bienestar y los valores particulares que poseen los pobladores de la comunidad rural andina “Kunurana Alto” (Puno – Perú), así como esbozar la asociación entre las dimensiones referidas. Para ello, se empleó la entrevista de componentes émicos de bienestar (ECB), desarrollada por Yamamoto (2004), en una versión modificada con énfasis en los componentes de metas de bienestar y valores. Los resultados sugieren que las principales metas de bienestar son el tener un *buen ganado*, *dinero* y una *mejor educación para los hijos*. Asimismo, los valores de mayor predominancia son el *trabajar* (principalmente en actividad pecuaria) y el *compañerismo*, ambas en oposición a los “anti-valores” (*valores criticados*) de ociosidad y envidia-egoísmo. De lo anterior, se infiere que los valores identificados influyen en la configuración y concretización de las metas de bienestar de la comunidad de Kunurana Alto.

Palabras claves: Metas, Bienestar, Valores.

ABSTRACT

Well-being goals and values in the rural community “Kunurana Alto”

This research identifies the principal well-being goals and values of the rural community “Kunurana Alto” (Puno-Perú). Furthermore, it tries to outline the relationship between the identified variables. For this, the interview of emic components of well-being (Yamamoto, 2004) was used in a modified version that emphasis in the variables mentioned. Results suggest that the principal goals of well-being are *good cattle*, *money* and *better education for children*. Also, the principal values identified are *work* (especially in cattle activity) and *companionship*, both in opposition to the anti-values (or criticized values) *idleness* and *envy-egoism*. From this, it follows that values has influence in configuration and achievement of well-being goals in the community “Kunurana alto”

Keywords: Goals, Well-being, Values.



Tabla de Contenido

Capítulo 1. Bienestar, metas de bienestar y valores culturales	9
<i>Bienestar.....</i>	9
<i>Metas de bienestar.....</i>	10
Cultura.....	11
<i>Valores como elemento cultural.....</i>	12
<i>Valores individuales.....</i>	13
<i>Valores como síndromes culturales.....</i>	14
<i>Antecedentes de la relación entre bienestar, metas de bienestar y valores</i>	17
Planteamiento del problema.....	20
Capítulo 2. Método.....	23
Participantes	23
Técnicas e instrumentos de recolección de información	23
Procedimiento.....	24
Capítulo 3. Resultados y discusión	27
Metas de Bienestar	27
Valores.....	37
Anti-valores	41
Relación entre metas de bienestar y valores.....	45
Limitaciones de la investigación	47
Recomendaciones	47

REFERENCIAS

ANEXOS

- Anexo A: Datos generales de los participantes
- Anexo B: Consentimiento informado
- Anexo C: Cuestionario socio-demográfico
- Anexo D: Guía de preguntas
- Anexo E: Lista de categorías



Capítulo 1. Bienestar, metas de bienestar y valores culturales

Bienestar

Son diversas las investigaciones que se han desarrollado sobre el bienestar a lo largo de las últimas décadas, por lo cual no existe en la psicología una sola concepción de lo que es.

Ryan y Deci (2001, en Díaz, Rodríguez-Carvajal, Blanco, Moreno, Gallardo, Valle y Van Dierendock, 2006) han encontrado que los diferentes estudios realizados sobre el tema se dividen en dos líneas: el bienestar hedónico (bienestar “subjetivo”) y bienestar eudamónico (bienestar “psicológico”).

En cuanto al bienestar subjetivo, éste denota especial interés en la experiencia de la persona (el carácter subjetivo), en el estudio de los afectos o respuestas emocionales y en la evaluación global de calidad o satisfacción de vida de los individuos (Argyle y Martin, 1991, en Bilbao, Techio y Paez, 2007; Díaz y cols., 2006; Diener, 1994 en García, 2002; Diener, Suh, Lucas y Smith, 1999; Schimmack, Oishi, Radhakrishnan y Dzokoto, 2002; Veenhoven, 2008).

Por su parte, el bienestar psicológico se enfoca en el desarrollo de las capacidades y el crecimiento personal (Keyes, Shmotkin y Ryff, 2002), concebidos ambos como los principales indicadores del funcionamiento positivo de los sujetos (Díaz y cols., 2006) y como los principales estilos que se despliegan para afrontar los retos vitales y para esforzarse por conseguir las metas planteadas por la persona (Blanco y Díaz, 2005). Además, este bienestar presenta un modelo multidimensional que está conformado por los siguientes componentes: Auto-aceptación, mantener relaciones positivas con otras personas, autonomía, dominio del entorno para satisfacer los propios deseos y necesidades, poseer un propósito en la vida, crecimiento personal (Ryff (1989).

Sumado a ambos, se encuentra el denominado “bienestar social” desarrollado por Keyes (1998, en Blanco y Díaz, 2005), que pone acento en la valoración que hacen las personas de las circunstancias y el funcionamiento de sí mismas dentro de la sociedad. Además, se encuentra que este constructo está compuesto por cinco dimensiones: Integración social, aceptación social, contribución social, actualización social y coherencia social.

Por último, también se encuentran investigaciones que estudian el bienestar colocando mayor énfasis en el concepto de metas (Suh y Koo, 2008; Yamamoto y Feijoo, 2007). Es desde esta última perspectiva que se pretende abordar la presente investigación; por lo tanto, se profundiza en la misma en el siguiente apartado.

Metas de bienestar

Austin y Vancouver (1996) definen la variable meta como una serie de representaciones internas de estados deseados los cuales son usualmente comprendidos como resultados, eventos o procesos de diferente índole, yendo desde lo biológico hasta lo cognitivo. Además, los autores citados proponen que para una mayor comprensión y análisis de las metas se debe tomar en cuenta las respuestas afectivas, cognitivas y conductuales que se desprenden de las mismas.

Al respecto, Fisbach y Ferguson (2007) señalan que la meta es una representación cognitiva de un estado final deseado que tiene influencia e impacto en evaluaciones, afectos y conductas del individuo. Además, ambos investigadores manifiestan que mucho de lo que las personas piensan, sienten y hacen gira alrededor de las metas, sean éstas logradas o no. En tal sentido, las consideran núcleos centrales y organizadores de la conducta humana, pudiendo ejercer influencia en las decisiones de vida que las personas toman.

Asimismo, las metas contienen información acerca de estados finales que se establecen como puntos de referencia hacia los cuales las personas dirigen su comportamiento. En línea con lo anterior, también manifiestan que los estados finales referenciales, como las conductas o planes que permiten que uno logre alcanzar dichos estados, pueden ser diversos en su nivel de abstracción, pudiendo ser un objeto tangible o un estado conceptual (Fisbach y Ferguson, 2007)

Por su parte, Saha y Kruglanski (2000, en Hugo, 2006) agregan que las metas son parte de una estructura de conocimiento jerárquica y dinámica. Debido a ello se plantea que una meta contiene debajo de sí misma sub-metas que la conforman y que permiten alcanzar la meta superior (Austin y Vancouver, 1996).

Como se puede observar, no existe definición única de metas; no obstante, Elliot y Fryer (2008) indican que existen ciertas consideraciones básicas de lo que significa.

La primera consideración señala que la meta se focaliza en un objeto, entendiendo éste como una entidad, experiencia, característica o evento; la segunda, que la meta cumple la función de guía u orientación del comportamiento; la tercera, que

la meta se centra en el futuro (de muy corto plazo o de largo plazo); la cuarta hace referencia a la meta entendida como una representación interna o mental; por último, se expresa que el organismo está comprometido a aproximarse o evitar la meta (Elliot y Fryer, 2008).

Sobre estos elementos, según Elliot y Fryer (2008), se entiende por meta a aquella representación cognitiva sobre un objeto futuro que la persona está comprometida a perseguir o a evitar. Del mismo modo, la importancia de este concepto está en que pilota la atención del individuo, movilizan el esfuerzo del mismo, incrementando su perseverancia, disminuyendo la posibilidad de distracción o abandono, y, por último, promoviendo el desarrollo de nuevas estrategias para optimizar el despliegue de las personas dentro de su entorno (Locke, 1969, en Reeve, 1994).

En base a las definiciones previas, en tanto se concibe a las metas como las representaciones internas (Austin y Vancouver, 1996) o cognitivas (Gámez y Marrero, 2003) de las personas acerca de los estados deseados en diversas circunstancias (Sanz de Acedo, Ugarte y Lumbreras, 2003), el constructo “metas de bienestar” puede ser entendido como la concepción, o representación mental, en este caso en particular, de un estado de bienestar que se pretende concretizar y, por tanto, da cuenta de lo que para una persona significa el bienestar. En ese sentido, la búsqueda o persecución del bienestar o la felicidad se concibe como una meta general de vida (Suh y Koo, 2008).

En línea con lo anterior, a través de la revisión de diversas investigaciones relacionadas sobre el bienestar, Yamamoto y Feijoo (2007) elaboran un modelo multidimensional del bienestar en el cual conciben este constructo como un proceso de satisfacción de necesidades que se inicia y fundamenta en la fijación de metas de vida; es decir, para poder identificar lo que es y lo que implica el bienestar para una persona, es elemental conocer las metas de vida que ésta se plantea alcanzar.

Cultura

En términos generales, Páez, Fernández, Ubillos y Zubieta (2004) mencionan que la cultura es un estilo de vida. Asimismo, los autores citados manifiestan que si bien el término cultura presenta variedad de definiciones, éstas se enmarcan en dos grandes líneas: la cultura objetiva y la cultura subjetiva.

Por un lado, la cultura objetiva es entendida como patrones de conducta en un hábitat (Páez y cols., 2004) e involucra tanto los patrones de producción y consumo

como las características ecológicas de la sociedad (Triandis, 1995, en Páez y cols., 2004).

Por otro lado, la cultura subjetiva hace referencia a las estructuras de significado compartidas; es decir, involucra un conjunto de actitudes, normas, creencias y valores que orientan las conductas compartidas por los miembros de un grupo (Páez y cols., 2004).

En línea con lo anterior, la cultura puede ser entendida como la programación cultural de la mente que diferencia a un grupo de otro (Hofstede, 1991). En ese sentido, la cultura comprende un conjunto de elementos compartidos, transmitidos de generación en generación con ciertas modificaciones, que brindan estándares para percibir, creer, evaluar, comunicar y actuar entre aquellas personas que comparten una lengua, un periodo histórico y una locación geográfica (Triandis, 1996).

Valores como elemento cultural

Dentro de este conjunto de elementos, se considera a los valores como parte esencial de la cultura (Segall, Dansen, Berry y Portinga, 1990, en Lucker, 2002), motivo por el cual surge el interés de indagar al respecto.

Existen múltiples definiciones de valor o valores en la literatura; sin embargo, diversos autores coinciden en que dicho elemento cultural posee ciertas características primordiales: Primero, los valores son considerados conceptos o creencias ligadas a afectos; segundo, son culturalmente construidas y socialmente compartidas; tercero, corresponden a metas y comportamientos deseables; cuarto, trascienden a situaciones particulares; quinto, guían la selección o evaluación de comportamientos y eventos; por último, están ordenados por su importancia relativa (Anderson, 2001; Schwartz y Bilsky, 1990; Schwartz y Boehnke, 2003 en Medrano, Cortés y Palacio, 2007; Schwartz, 1992, 2005, en Fontaine, Poortinga, Delbeke y Schwartz, 2008; Schwartz, 2009).

Cabe mencionar que algunos estudios consideran que existen tanto valores a nivel individual y como a nivel cultural. Ambos niveles se detallan a continuación para una mayor comprensión de los mismos. De la misma forma, se especificará un conjunto de valores culturales que se encuentran más próximos a la realidad de nuestro país: los valores culturales hispanos.

Valores individuales

Los valores a este nivel representan las metas motivacionales de las personas, que les sirven como principio de guía en sus vidas (Rokeach, 1973; Schwartz y Bilsky, 1987, 1990, en Ros y Schwartz, 1995), y son tanto producto de una cultura compartida como resultado de las experiencias únicas de cada individuo (Ros y Schwartz, 1995).

Como plantea Schwartz (1992, en Bilbao y cols., 1995) en su teoría sobre los valores básicos universales, existen diez tipos motivacionales (valores). Cada uno de éstos refleja metas y objetivos que las personas buscan conseguir y que marcarán las acciones que emprenden para lograrlos. El mismo autor afirma que estos tipos motivacionales serían bastante estables y usuales en todas las culturas; no obstante, presentan variaciones en cuanto a su intensidad, importancia y su asociación con aspectos culturales particulares. Además, estos tipos motivacionales se organizan como un sistema íntegro de prioridades que guían la vida de las personas, estableciéndose una relación dinámica entre ellos.

Los diez tipos motivacionales son los siguientes:

- Estimulación: Se deriva de la necesidad del organismo de mantener un nivel óptimo de arousal por lo cual busca tener acceso a experiencias variadas, nuevas, emocionantes y retadoras.
- Hedonismo: Necesidad del organismo de experimentar sensaciones de placer y gratificación.
- Logro: Búsqueda del éxito individual, que posee componentes de expectativas sociales, ya que considera que la sociedad puede imponer los criterios de excelencia que adoptan los sujetos. Asimismo, surge de la necesidad manejar eficientemente ciertas habilidades para una adecuada supervivencia.
- Poder: Necesidad de mantener ciertas instituciones sociales funcionales para un adecuado desarrollo. Incluye aspectos motivacionales de búsqueda de manejo de recursos (tanto materiales como sociales) dominancia, alto estatus, reconocimiento y prestigio social.

- Seguridad: Necesidad de estabilidad y armonía por parte de las personas. En este valor se incorporan tanto las motivaciones personales (salud, seguridad familiar) como grupales (seguridad nacional, estabilidad en las estructuras de gobierno).
- Conformidad: Necesidad de ejercer coerción e inhibir los impulsos y conductas que podrían dañar a los individuos y al tejido social, peligrando así el funcionamiento del grupo. Asimismo, incorpora elementos de obediencia y autodisciplina.
- Tradición: Aquí se encuentran las nociones de respeto y aceptación de las tradiciones y costumbres culturales y religiosas. Incluyendo además elementos de humildad y moderación. También considera la incorporación de símbolos, ritos y prácticas culturales.
- Benevolencia: Consiste en la mejora del bienestar de las personas con quienes se mantiene un trato cercano. Incluye elementos como honestidad, lealtad, amistad, amor maduro, ayuda y perdón a los demás.
- Universalismo: Funciona de forma similar a la benevolencia, pero no se dedica solo al círculo cercano sino que incluye a todas las personas. Este tipo motivacional incluye aspectos como la tolerancia, el respeto y el bienestar de toda la humanidad y la naturaleza.
- Autodirección: Incorpora motivaciones como la independencia, libertad, curiosidad y creatividad.

Valores como síndromes culturales

Estos valores representan las ideas abstractas socialmente compartidas, sobre lo que es bueno, correcto y deseable en una sociedad (Williams, 1970, en Ros y Schwartz, 1995). En este sentido, Ros y Schwartz (1995) refieren que los valores sirven de base a las normas compartidas que prescriben el comportamiento individual adecuado en cada situación, dentro de una sociedad particular, y que son inherentes a la estructura y al funcionamiento de las instituciones sociales.

Además, ambos autores señalan que existen siete tipos de valores en que pueden ser comparadas las culturas. Estos siete tipos de valores son los siguientes:

- **Conservación:** Énfasis en el mantenimiento del status quo, de la propiedad y de limitar las acciones o inclinaciones de los individuos o grupos que puedan alterar el orden tradicional. Miller (1984, en Ros y Schwartz, 1995) menciona que estos son valores socio-céntricos apropiados en contextos en los que el yo carece de significado autónomo y tiene sentido sólo como parte de la colectividad.
- **Jerarquía:** Énfasis en la legitimidad de la jerarquía de roles y recursos fijos. Estos valores son muy compatibles con culturas en las que la persona es vista como desarrollando roles construidos dentro del tejido social. Junto al valor de conservación constituyen el núcleo del valor sobre-conceptualizado en términos generales como “colectivismo”.
- **Autonomía intelectual:** Énfasis en promover y proteger las ideas y el derecho independiente del individuo para perseguir sus propias metas intelectuales. Este valor visualiza a la persona como entidad autónoma que constituye la unidad social básica y que voluntariamente se une a otros para formar colectividades.
- **Autonomía afectiva:** Énfasis en promover y proteger el logro de experiencias afectivas positivas. Junto al valor de autonomía intelectual constituyen el núcleo del valor conocido como “individualismo”. El concepto de persona implícito en los valores de autonomía implica relacionarse con los demás en términos de interés propio y acuerdos negociados, y no toma la de interdependencia social como algo dado.
- **Competencia:** Énfasis en cambiar activamente el entorno y salir adelante a través de la autoafirmación; es decir, dominando el entorno social. Se presume la legitimidad de cambiar el status quo y a su vez enfatiza el estimular la actividad. Los intereses que el valor de competencia impulsa pueden ser los de la colectividad a la que uno pertenece y no necesariamente a los del yo. Asimismo, este valor está ligado al de jerarquía, ya que si los propios esfuerzos

de competencia tienen éxito, su resultado en la diferenciación de roles y recursos es visto como algo legítimo.

- **Armonía:** Énfasis en encajar de forma armoniosa con la naturaleza. No presupone ninguna posición particular sobre la autonomía de la persona, pero están en oposición al cambio activo del mundo promovido por el valor de competencia.
- **Compromiso igualitario:** Énfasis en el compromiso voluntario por promover el bienestar de los demás (igualdad, justicia social, responsabilidad, ayudar). En culturas en que la persona es vista como un ser autónomo que puede de forma natural dejar de comprometerse con los demás, estos valores son necesarios para el funcionamiento armonioso de las relaciones sociales. En culturas en el que el “yo” no es visto como un actor autónomo, estos valores no son centrales en la socialización porque la identificación con aquellos que importan (miembros del endogrupo) asegura la preocupación por su bienestar.

Por su parte, Marín y Marín (1991, en Lucker, 2002) identificaron, de manera más específica, aquellos valores culturales que caracterizan en particular a la población hispana. Los valores encontrados son los siguientes:

- **Colectivismo:** Destaca la interdependencia personal, la conformidad, la susceptibilidad a ser influidos por otros, la empatía mutua, la confianza y la disposición a sacrificarse por los miembros del grupo (Marín y Triandis, 1985, en Lucker, 2002).
- **Simpatía:** Tendencia general a remarcar la conducta positiva en situaciones y relaciones agradables, sociales y placenteras, y a evitar el conflicto interpersonal y de las conductas negativas. Pone énfasis en la necesidad de comportarse de manera cortés y respetuosa, desalentado la crítica, la confrontación y la asertividad.
- **Familiarismo:** Consiste en una sólida identificación y apego del individuo a su familia nuclear y extendida, experimentando sentimientos de lealtad,

reciprocidad y solidaridad entre los miembros que la conforman. (Triandis, Marín, Betancourt, Lisanky y Chang, 1982, en Lucker, 2002).

- Distancia con el poder: Aprecio por la conformidad y la obediencia, que respaldan actitudes autoritarias y autocráticas de quienes detentan el poder. (Hofstede, 1980, en Lucker, 2002).
- Espacio personal: Preferencia por un menor espacio personal, ya que existe sensación de comodidad cuando se está más cerca de la gente.
- Orientación en el tiempo: Se valora más la calidad del tiempo en el que se establecen las relaciones interpersonales que la cantidad de tiempo invertida en las mismas.
- Roles sexuales: Las conductas se juzgan apropiadas dependiendo de si es hombre o mujer. En el caso de los hombres, su rol se asocia a la fuerza, el control y la capacidad de proveer el sustento a la familia; en el caso de las mujeres, su rol se asocia a lo sumiso, sin poder ni influencia. (Heller, 1996, Madsen, 1961, en Lucker, 2002).

Antecedentes de la relación entre bienestar, metas de bienestar y valores

En términos generales, son numerosas las investigaciones que evidencian la influencia o relación de los valores, elemento central en la cultura, sobre el bienestar de los individuos en diferentes áreas de sus vidas (Diener, Oishi y Lucas, 2003; Diener y Suh, 2000; Schimmack y cols., 2002; Suh, Diener, Oishi y Triandis, 1998; Yamamoto y Feijoo, 2007).

Al respecto, Diener, Diener y Diener (1995, en Larsen y Eid, 2008) señalan que si bien pueden existir variables universales que influyen la felicidad, existen también condiciones, características y actividades específicas que hacen que ciertas personas estén satisfechas mientras otras no. Esto debido a que el bienestar subjetivo, indica Veenhoven (2008), depende de las nociones compartidas sobre la vida, las cuales enmarcan las apreciaciones individuales; por lo que cada marco socio-cultural influenciará, de manera particular, en tales apreciaciones.

En línea con lo anterior, se halla que, dependiendo del contexto cultural, existen diferentes valores que correlacionan con la felicidad (Diener, Suh, Smith y Shao, 1995, en Larsen y Eid, 2008). Por ejemplo, Diener y Diener (1995, en Oishi, Diener, Suh y Lucas, 1999) encontraron que la autoestima es un fuerte predictor de la satisfacción con la vida en países individualistas más que en los colectivistas. Además, se encuentra que en las culturas individualistas la felicidad se asocia a valores como estimulación y placer; es decir, se hace énfasis en la satisfacción de necesidades hedónicas (Bilbao y cols., 2007).

Otros estudios señalan que en países individualistas el bienestar o la satisfacción con la vida se asocian significativamente con la autonomía, las atribuciones internas y las emociones. En cambio, en países colectivistas, se correlacionan más con las normas y el deber (Triandis, 1995, en Oishi y cols., 1999; Suh, Diener, Oishi y Triandis, 1998; Diener y Suh, 1999). Lo anterior, da cuenta de que los criterios que se utilizan para evaluar la satisfacción con la vida tienen como base los valores prioritarios de la cultura en la que se está inmerso (Oishi y cols., 1999).

Por su parte, Bilbao y cols. (2007) mencionan que los efectos de los valores en el bienestar se han planteado en dos hipótesis: la del efecto directo y la de la congruencia. La primera hipótesis bosqueja que habría valores que serían intrínsecamente positivos para el bienestar, como los valores de auto-dirección y benevolencia, asociados a la autonomía personal y a la buena integración social, mientras que habría también valores que se relacionan negativamente al bienestar, como el de poder, asociado a metas extrínsecas como el éxito material o la búsqueda de reputación, o como el de conformidad, que limitaría la autonomía personal.

La segunda hipótesis, en cambio señala que los valores son beneficiosos cuando guardan coherencia con los valores dominantes de la sociedad. Es decir, la congruencia entre los valores personales y la jerarquía de valores predominantes en el entorno social en el que el sujeto se desenvuelve determina, en parte, el bienestar subjetivo.

De manera más específica, respecto a la relación entre metas de bienestar y valores, es pertinente referirse a Yamamoto y Feijoo (2007) quienes señalan que las metas, en tanto son concretizaciones de las necesidades requeridas de mayor jerarquía e importancia para el sujeto, son el punto de partida en el proceso de logro del bienestar y los valores, son una variable influyente en la priorización y activación de las metas. A partir de estas consideraciones, dichos autores elaboran un modelo

multidimensional en el que justamente las metas y los valores son variables esenciales para la comprensión del bienestar.

Es a través de dicho modelo que se realizan diversos estudios sobre bienestar en el Perú (Yamamoto y Feijoo, 2007). Por ejemplo, en diversas comunidades andinas y urbano-marginales, se identifican tres principales metas de bienestar. Una de ellas es la meta de un “lugar mejor para vivir”, la cual hace referencia a vivir en un vecindario limpio y bonito, tranquilo (sin delincuencia ni violencia) y que dé cuenta de que se está “saliendo adelante”. Otra meta es la de “formar una familia”, ésta tiene como indicadores principales a la conformación de una pareja o el matrimonio y tener hijos. La última meta encontrada es la de “desarrollo”, que se refiere al trabajo asalariado, la vivienda, la educación para los hijos, la salud y la alimentación, y ser profesional.

Además, se halló que dichas metas se asocian a dos factores de valores: el individualismo y el colectivismo. Ambos factores, si bien se pueden encontrar en diversos estudios previos, en este caso presentan un contenido particular al contexto en el que se indagaron. Así, en cuanto al colectivismo, este estudio asume indicadores como el apoyo objetivo y subjetivo, en una dinámica de compartir, uniendo el progreso individual al colectivo, y, con respecto al individualismo, éste es definido por los indicadores de egoísmo y envidia.

El mismo modelo se aplicó en comunidades de la Amazonía peruana (Yamamoto, Meza y Ríos, 2008). En dichas comunidades se hallaron las siguientes metas: a) “núcleo familiar”, en esta se entiende que frente a un conflicto entre el núcleo familiar y la comunidad, las personas optan por la primera; b) “familia, comunidad y alimentación”, hace referencia a una familia extensa, que se proyecta al ámbito comunitario y a la alimentación; c) “chacra y crianza”, la cual comprende el cultivo de productos naturales y crianza de animales; d) “salud física y espiritual”, la cual involucra variables como Dios-religión, salud y, de manera negativa, la variable casa; e) “trabajo asalariado-tranquilidad”, en este factor se resalta el papel de la tranquilidad, sin embargo, se asume el costo de sacrificarla por obtener mayores ingresos.

A las metas mencionadas se les vinculan tres factores de valores. El más importante es el de “Trabajo cooperativo y cordial”, el cual refleja la relevancia de una visión colectiva de trabajo basado en una interacción cordial, teniendo como principal componente el respeto por los otros y sus derechos; a éste le siguen el valor de la cooperación entre vecinos, que alude a la interdependencia para satisfacer las

necesidades, al apoyo y la ayuda mutua, a la conversación como medio facilitador de la cooperación, al ser trabajador y amistoso. Un segundo factor es el de “Responsabilidad comunitaria y familiar”, el cual se fundamenta en la responsabilidad y claridad sobre los deberes y las formas apropiadas de comportamiento; dentro de este factor también se encuentra el valor de ser buen padre, de llevar una vida en Dios y de obras comunitarias. El último factor corresponde al de “Relaciones interpersonales y progresismo”. Dicho factor se basa en el valor del progreso, de la amabilidad, la afectuosidad y el buen comportamiento, sugiriendo de esta manera que el progresismo va de la mano con contactos o relaciones interpersonales afectuosas y correctas (Yamamoto y cols., 2008).

En conclusión, la información presentada da cuenta de que si bien la búsqueda de la felicidad o el bienestar es una meta general de vida en diferentes contextos, existen diferencias inter-culturales e intra-culturales en la manera en que las personas aprecian el bienestar y en los modos para obtenerlo (Suh y Koo, 2008). Por tal motivo, se considera relevante comprender las representaciones internas (metas) de bienestar que posee el sujeto en relación a los valores predominantes del contexto social en el cual se desenvuelve. En este caso, en el contexto de la comunidad de Kunurana Alto.

Planteamiento del problema

Como se puede observar en la previa exposición bibliográfica, son diversos los estudios que se han desarrollado con respecto al bienestar, los valores y la relación entre ambas variables; sin embargo, en la mayoría de casos, estas investigaciones se han visto enmarcadas en realidades diferentes y ajenas a las que se encuentran en el Perú, dejando de lado muchas veces los valores locales y nociones de bienestar propias de nuestro país o, peor aún, no incorporando la diversidad cultural a la hora de establecer criterios de medición del nivel de bienestar de la propia población (Anderson, 2001).

Es así que muchos de los modelos y teorías que marcan la pauta sobre lo que es o “debería” ser el bienestar provienen de los países considerados desarrollados, individualistas y de primer mundo.

Por ejemplo, ocurre que la literatura psicológica anglosajona, al señalar la relación entre las variables de estudio, resalta al individualismo y la autonomía como ejes del bienestar (Ryan y Deci, 2001).

Además, se encuentra que los países que poseen una cultura individualista expresan un mayor nivel de bienestar en comparación con culturas colectivistas, esto debido de que las primeras presentan mayor expresión de las emociones positivas, los valores de estimulación y de placer, mayor valoración de los atributos personales y de la independencia, todas cualidades que son vinculadas a un mayor grado de felicidad (Bilbao, y cols., 2007).

De igual manera, algunos estudios encuentran una asociación directa y significativa (Andrews, 1986, Argyle, 1999, en Easterlin, 2001; Diener, 1984; Diener, Suh y Oishi, 1997) en diferentes países entre el bienestar y los ingresos económicos; es decir, existe evidencia de que a mayores ingresos, mayor nivel de bienestar, lo cual sugiere que los países pobres son infelices o menos felices que los países ricos.

Es más, Bilbao y cols. (2007) indican que algunos estudios muestran que el colectivismo influye de manera negativa a la felicidad aún cuando se controla la variable de desarrollo económico. Esto insinúa que los contextos culturales colectivistas, en dónde se experimenta con mayor intensidad los valores de seguridad, tradición y conformidad, se asocian negativamente a la felicidad (Basabe y cols., 2002, en Bilbao y cols., 2007), independientemente del aspecto financiero.

En oposición a lo mencionado, un conjunto de investigaciones realizadas en diferentes comunidades del Perú encuentran que en dichas comunidades los ejes principales del bienestar son colectivismo y la interdependencia (Yamamoto y Feijoo, 2007).

Del mismo modo, investigaciones mundiales sobre la felicidad en países ricos (norteamericanos anglosajones, de Europa occidental y el Asia económicamente desarrollada) reportan bajos índices de felicidad; por el contrario, países caribeños y latinoamericanos, considerados como parte del tercer mundo, dentro de los cuales se encuentra el Perú, muestran los índices más altos de felicidad (Marks, Abdallah, Simms y Thompson, 2006).

Más aún, estudios realizados en la sociedad estadounidense, modelo de la globalización, evidencian una asociación de la centralidad en la motivación económica con menor bienestar, menor salud mental y más trastornos de comportamiento (Kasser y Ryan, 1993).

De esta manera, curiosamente se encuentra evidencia contraria con respecto al bienestar y su relación con los valores en diferentes sociedades. Por lo que surge la

idea de que el bienestar subjetivo y los atributos de felicidad, varía en diferentes contextos culturales (Bilbao y cols., 2007).

Dicha variación se puede explicar en tanto se entienda al bienestar como una construcción mental y social que es moldeada por nociones colectivas acerca de lo que es una buena vida y por comparaciones sociales; entonces, en tanto las nociones sobre lo que es una buena vida varían a través del tiempo y de la cultura, el bienestar subjetivo será visto como relativo culturalmente (Veenhoven, 2008).

A partir de lo expuesto, se puede afirmar que dependiendo del contexto social en el que el sujeto se desarrolle, éste irá construyendo y planteándose metas o representaciones mentales particulares de lo que implica o involucra ser feliz dentro de su propio contexto social. Es decir, no se puede determinar una visión generalizable a todas las culturas de lo que es o involucra el bienestar, por lo que surge el interés de indagar sobre la variable en cuestión en la comunidad de Kunurana Alto, ubicada en el distrito de Santa Rosa, provincia de Melgar, departamento de Puno.

Además, teniendo en cuenta, como indican Yamamoto y Feijoo (2007), que las metas y los valores son componentes esenciales para el estudio del bienestar, es que se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuáles son las metas (representaciones internas) de bienestar de los pobladores de la comunidad de Kunurana Alto?, ¿Cuáles son los valores predominantes de los pobladores de la comunidad de Kunurana Alto? y ¿Cómo se expresa la relación entre ambas variables en los pobladores de la comunidad de Kunurana Alto?

Finalmente, para responder a estas preguntas se plantean los siguientes objetivos:

- Identificar las metas de bienestar de los pobladores de la comunidad en estudio.
- Identificar los valores, y la relación tentativa entre ambas variables en dicho contexto.
- Explorar la relación entre las metas de bienestar y los valores predominantes de los pobladores de la comunidad de Kunurana Alto.

Capítulo 2. Método

Participantes

Los participantes fueron 20 personas (10 varones y 10 mujeres), de entre 19 y 50 años de edad, naturales y residentes en la comunidad de Kunurana Alto – Melgar – Puno. Asimismo, los participantes presentan niveles educativos heterogéneos, sin embargo, se buscó que poseyeran un manejo adecuado del idioma castellano, ya que el investigador no dominaba el idioma materno de la comunidad, el Quechua.

Es importante señalar que, al tratarse de un estudio cualitativo, la decisión del número de unidades que conforman la muestra la toma el investigador en base a ciertos criterios (Hernández y cols., 2006).

En este caso, el investigador basó su decisión en base a dos criterios. El primero es el de saturación de contenido, el cual señala que el tamaño de muestra final no se fija de manera a priori sino que se conoce cuando los casos que van sumándose no aportan información novedosa; al contrario, los datos se vuelven repetitivos (Mertens, 2005, en Hernández y cols., 2006). El segundo, es el criterio de capacidad operativa de recolección y análisis de datos, el cual indica que el tamaño de muestra final se fija en base a la posibilidad y capacidad del investigador de manejar la misma de manera realista y de acuerdo a los recursos que se dispongan (Hernández y cols., 2006).

Técnicas e instrumentos de recolección de información

En términos generales la investigación tuvo como propósito obtener descripciones del mundo vivido por las personas y lograr interpretaciones fidedignas del significado que tiene los fenómenos a estudiar para ellos (Kvale, 1996, en Martínez, 2006). En este caso, se buscó describir, a partir de entrevistas, las metas de bienestar, y por ende lo que se concibe como bienestar, y los valores predominantes en la población de Kunurana Alto.

Para ello se empleó parte de la guía de entrevista de componentes émicos de bienestar (ECB), desarrollada por Yamamoto (2004). Éste es un protocolo de entrevista semi-estructurada de respuesta abierta que indaga en las siguientes áreas fundamentales: metas de vida, recursos para cumplir con estas metas, valores, episodios más felices y episodios más infelices. Cabe mencionar que la pertinencia de este instrumento se sustenta en que ha sido desarrollada y validada en el Perú, en

contextos rurales que guardan cierta similitud con la comunidad a estudiar en la presente investigación.

Es así que se empleó la versión andina de este protocolo y se utilizó sólo parte del mismo, aquella que pone énfasis en las variables que se pretenden investigar en este estudio: metas (de bienestar), representada en la pregunta ¿Qué necesita para ser feliz?, y valores, figurada por la pregunta ¿Cómo es una buena persona de Kunurana Alto?

A parte de dichas preguntas, para facilitar la comunicación entre el investigador y los participantes, se tuvo en consideración algunas variantes de las mismas, así como otras interrogantes que buscaron una mayor explicación o claridad de la respuesta.

Además, dado el interés del investigador por descubrir cuáles son los valores criticados o rechazados por la comunidad, al cuestionario mencionado se le añadió la siguiente pregunta: ¿Cómo es una mala persona de Kunurana Alto? Correspondiente a lo que en la presente investigación se le ha denominado “antivalores”, que vienen a ser aquellos valores criticados o percibidos como negativos por parte de la muestra. De esta manera, dicho aporte buscó complementar la información recolectada y ofrecer una visión más amplia del contexto cultural de la muestra.

Asimismo, con el fin de recolectar información general sobre la muestra, el protocolo contempla como anexo un cuestionario socio-demográfico, el cual recoge datos como el sexo, la edad, el estado civil, la ocupación o actividad principal, nivel educativo.

Procedimiento

Una vez en la comunidad, como primer paso el investigador buscó establecer contacto con las principales autoridades locales, como lo son el alcalde y el presidente de la comunidad, con el fin tanto de explicar el motivo de la investigación como de pedir su colaboración para facilitar el contacto con los pobladores de la comunidad. Posteriormente, se ejecutó el protocolo de entrevista con los pobladores que accedieron a participar.

En la etapa de análisis, se utilizó la técnica de análisis de contenido cualitativo (Andreu, 2003) o codificación cualitativa (Hernández y cols., 2006).

En tanto análisis de contenido, ésta es una técnica objetiva y sistemática que trabaja con materiales representativos, como textos o discursos, (Porta y Silva, 2003) con el fin de ordenar y analizar el contenido manifiesto de los mismos (Vieytes, 2004) y

así poder realizar deducciones lógicas justificadas, reproducibles y válidas que puedan aplicarse a un contexto (Krippendorff, 1990, en Porta y Silva, 2003). No obstante, el añadido del término “cualitativo” hace referencia al énfasis que se le da a la interpretación y profundización del contenido latente del mensaje, y al contexto social en el que éste se desarrolla (Andréu, 2003; Vyetes, 2004).

Asimismo, en contraste con la codificación cuantitativa, en donde se emplea categorías previamente establecidas para realizar la clasificación del contenido, en la codificación cualitativa el investigador establece categorías a partir de los datos, es así que selecciona fragmentos de contenido (palabras, frases, párrafos, etc.) que considera relevantes, va interpretando y otorgando significado y sentido para así poder formar categorías que contengan en su interior conceptos, experiencias, ideas y hechos que posean cualidades afines y que se diferencien de los elementos que conforman otras categorías (Hernández y cols., 2006).

En ese sentido, lo que se pretendió con este tipo de análisis fue sintetizar la información recogida en una lista de categorías para cada variable de interés y así poder realizar una descripción de las mismas en base a lo reportado por la muestra. Asimismo, dichas categorías se complementaron con la información bibliográfica pertinente respecto a las variables de estudio, permitiendo así un mayor entendimiento de los fenómenos a estudiar y de las categorías halladas.

Finalmente, el investigador planteó algunas explicaciones tentativas que pueden colaborar en la comprensión de la relación entre las categorías halladas de ambas variables. De esta manera se buscó cumplir con los objetivos planteados por la presente investigación.



Capítulo 3. Resultados y discusión

Metas de Bienestar

Dentro de las metas identificadas son tres las de mayor relevancia: **Buen Ganado**, **Dinero** y **Mejor educación**.

Además se encontraron ocho metas importantes como **Pasto cultivado**, **Mejoramiento genético de ganado**, **Riego por aspersión/motobomba/pozos revestidos**, **Capacitaciones/cursos**, **Cobertizos**, todas éstas vinculadas a la meta de **Buen Ganado** y, también, las metas **Casa propia**, **Buena alimentación y Agua y desagüe**, las cuales se desprenden, al igual que la meta de **Mejor educación**, de la meta de **Dinero**.

A continuación se detallan cada una de estas metas siguiendo el proceso o secuencia jerárquica de las mismas, que más adelante será diagramado en base al discurso de los participantes, para facilitar la comprensión de dicho proceso.

Para empezar, una primera meta hallada es **Pasto cultivado**. Ésta 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 helada. La importancia de la meta es que a través de ella se puede brindar una mejor alimentación al ganado, logrando así que éste pueda tener una mejor 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 aguita nomás 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 relevante es la de **Mejoramiento genético de ganado**, la cual refleja la necesidad de mejorar la raza del ganado mediante el cruce de las vacas con “toros reproductivos” o “toros PPP” (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 mayor precio.

*“Ganado mejorado genéticamente, un toro PPP (Puro por pedigree)
para mejorar la raza o inseminación artificial”
(Mujer, 40 años)*

*“Ganado mejorado, más fuerte se pone, ese se vende a más precio”
(Mujer, 38 años)*

Una tercera meta identificada es **Riego por aspersión/motobomba/pozos revestidos**. Dicha meta está constituida por la necesidad de obtener tecnologías alternativas para el acceso a 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 se busca acceder con mayor facilidad a las reservas de agua en la zona, ya que se encuentran a una gran profundidad o a una gran distancia de la zona de residencia y pastoreo. Y, por último, con los pozos revestidos de cemento, se pretende asegurar la obtención de reservas de agua. Cabe mencionar que tanto la motobomba como los pozos revestidos tienen como fin garantizar tanto el consumo humano del agua como el consumo por parte del ganado, favoreciendo así su crecimiento y con ello una producción de leche y un mayor precio en el mercado.

*“Riego por aspersión, los ríos todo triste hay nomás 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, para el pasto, para que
coma bien el ganado y este bueno para que de leche”
(Hombre, 46 años)*

Además se halló la meta de **Cobertizos**. Éstos son unas construcciones que buscan la protección de los animales ofreciéndoles un espacio libre de las lluvias, evitando de esta manera que se mojen y que las crías se mueran por ello.

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

Capacitaciones/Cursos es otra de las metas encontradas. Ésta responde a la necesidad de recibir apoyo de las instituciones mediante capacitaciones o cursos, puntualmente en lo que respecta al ganado, sus productos derivados (queso, yogurt) y a la crianza de cuyes. Ligado a lo anterior, también se busca obtener capacitación en cuanto a cómo hacer una empresa y a cómo manejar el dinero (saber ahorrar y vender).

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

Como se ha podido observar, la mayoría de metas indicadas hasta el momento apuntan al cuidado o mejoramiento del ganado. En ese sentido, se puede confirmar la importancia de la meta de **Buen ganado** para la muestra estudiada.

Esta meta hace referencia al deseo de tener ganado, mejor aún de tener un ganado grande y fuerte, que produzca gran cantidad de leche. Ello tiene como fin una mayor y mejor producción y venta de productos derivados como leche y queso, y del ganado en sí mismo. Asimismo, esta meta cobra suma importancia debido a que la principal actividad económica de la zona es la pecuaria (ganadería), por lo tanto es a través de ésta que se generan mayores ingresos económicos (dinero) para el sustento personal y familiar.

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

Para poder visualizar la secuencia del conjunto de metas identificadas hasta el momento se presenta la siguiente figura. En ella se puede observar, como se ha afirmado anteriormente, que una de las metas principales es la de **Buen ganado**.

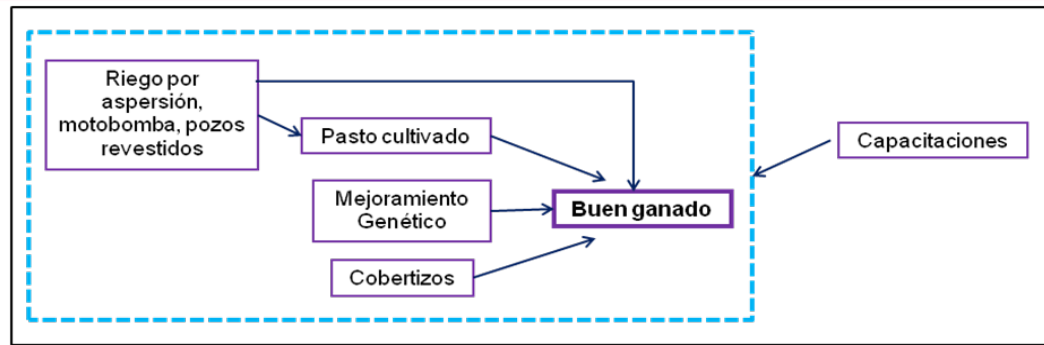


Figura 1. Primera meta principal: Buen ganado

Es a partir de la meta anterior que surge la meta de **Dinero**. La importancia de ésta, es que a través de ella se puede acceder a otras de mayor importancia para el sujeto como mejor educación, mejor alimentación, comprar lotes de tierra, comprar mejores vacas.

“La base es el dinero, con eso podría educar mejor a mis hijos, los mandas a una mejor escuela y les das mejor enseñanza”
(Mujer, 40 años)

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

Es así que, se señala esta meta como una base esencial para vivir feliz por lo que algunas de las metas mencionadas anteriormente apuntan, a través del ganado, a la obtención de mayores ingresos económicos; no obstante, la obtención de dinero aumenta las posibilidades de tener un mejor ganado, por lo tanto, ambas se retroalimentan. Dicha secuencia se puede observar en la figura 2.

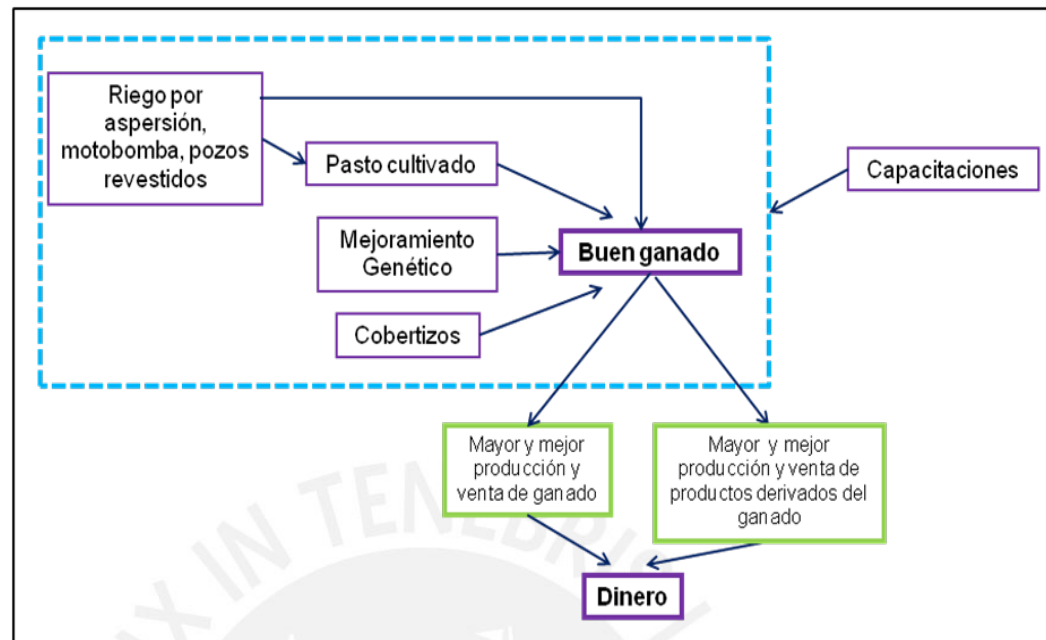


Figura 2. Segunda meta principal: Dinero

En relación con la meta previa, se describe la meta **Mejor educación** que, al igual que **Buen ganado** y **Dinero**, es una de las más importantes. Esta meta señala, principalmente, el deseo de los pobladores porque los hijos tengan una mejor educación. Asimismo, se concretiza en que los hijos puedan acceder a libros, a una mejor escuela, a una academia, a la universidad. Todo ello con el fin de que los hijos, inicialmente, tengan mayores conocimientos y sepan pensar (se asocia pensar a saber números y leer) y que, finalmente, puedan conseguir un título profesional. De esta manera, se anhela que los hijos puedan sustentarse por sí mismos y que sean mejores que los padres, lo cual implica en algunos casos, que no tengan el mismo tipo de trabajo que ellos.

“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 apoyarles”
(Hombre, 40 años)

Asimismo, de la meta de dinero se desprenden otras metas como lo son la meta de **Casa propia, Buena alimentación y agua y desagüe/letrina al aire.**

La meta de **Casa propia** muestra la necesidad de tener un terreno/lote para poder construir una casa/cuarto propio.

“Necesitamos una casita para poder vivir tranquila, para que los hijos jueguen tranquilos, dónde estamos el dueño se molesta”
(Mujer, 20 años)

Con respecto a la meta de **Buena alimentación**, ésta señala la necesidad e importancia de tener qué comer y qué darle de comer a los hijos para que no sufran y para tener salud. Algunos alimentos mencionados como parte de la buena alimentación son las frutas, la papa, la avena y carne de animales como la gallina o el conejo.

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

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 forma 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).

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

De esta manera, se completa el listado de metas, teniendo como meta final la de **Mejor educación**. Lo anterior, se muestra en la figura 3.

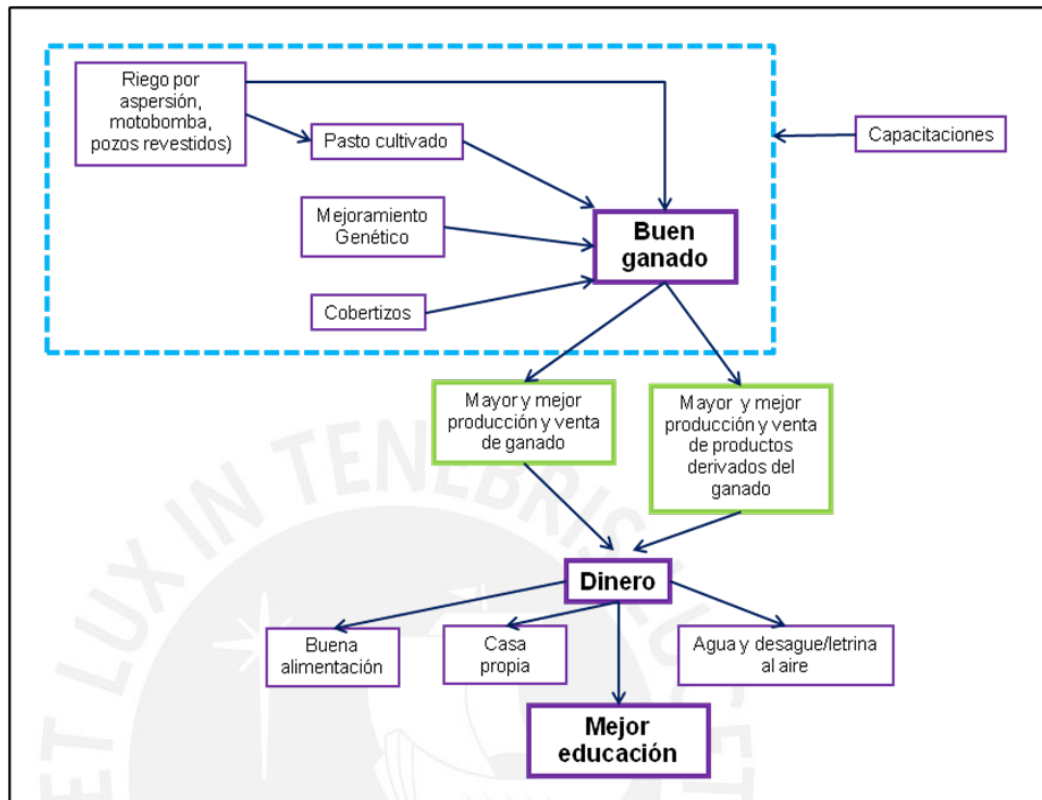


Figura 3. Tercera meta principal: Mejor educación

Como se puede ver en párrafos previos, tal como afirmaban Saha y Kruglanski (2000, en Hugo 2006), existe en la concepción de las personas un sistema jerárquico de metas. Es decir, se encuentra en el proceso de bienestar que el cumplimiento de ciertas metas iniciales o sub-metas llevan al cumplimiento de otras de mayor importancia. En ese sentido, se puede mencionar que dichas sub-metas funcionan como recursos; en otras palabras, como medios, materiales, subjetivos y de redes sociales, requeridos para alcanzar las metas (Yamamoto y Feijoo, 2007).

Es así que, en lo que se refiere a la meta de **Buen ganado** los recursos son **Pasto cultivado, Mejoramiento genético, Riego por aspersión/motobomba/pozos de agua, Cobertizos, Capacitaciones/cursos**; a su vez, la meta de **Buen ganado** funciona como recurso para acceder a la meta de **Dinero**. Siguiendo con la secuencia, mediante esta última meta se puede obtener las de **Buena alimentación, Agua y desagüe/letrina al aire, Casa propia** y, principalmente, la meta de **Mejor educación**.

Para entender cuál puede ser la motivación de las sub-metas que permiten conseguir la meta de **Buen ganado** es pertinente exponer lo que indica Ruiz Bravo (2003). Ella manifiesta que detrás de la inversión en (o para el presente caso, la necesidad de tener) pastos cultivados, especialización en cranzas, crianza de reproductores o vientres, inversiones en animales de raza, proyectos de riego, etc. se encuentra un proceso de descampanización en el mismo campo que sugiere que se está ante un tipo de “vía farmer”, que en palabras de Balarezo (1980), es un modelo clásico de desarrollo capitalista en el agro que hace referencia a un proceso sistemático de acumulación de capital que posibilita la introducción de mejoras técnicas. Es así que se puede sugerir que dichas metas de bienestar pueden expresar un deseo de modernización del contexto en el que se encuentran, principalmente en lo relacionado a su actividad pecuaria, que es la que le genera ingresos económicos y, por consiguiente, la que le permite le brinda mayores probabilidades de acceder a metas de mayor significado para la muestra.

Con respecto específicamente a la meta de **Buen ganado**, se entiende la importancia del mismo en tanto se encuentra que la principal actividad de la zona es la de producción pecuaria; por lo tanto, la economía del lugar está basada en la crianza y comercialización de ganado y sus productos derivados. Información similar encuentra Ruiz Bravo (2003), quién señala que la crianza de ganado vacuno y ovino parece ser el rubro más importante, y de mayor rentabilidad, para la comunidad de Kunurana Alto. Del mismo modo, Ortiz y Yamamoto (1999) indican que las principales actividades de las comunidades andinas rurales son las de producción agropecuaria y comercio tanto de subsistencia como de acumulación de capital.

En cuanto a las metas de **Buena alimentación, Agua y desagüe/letrina al aire** y **Casa propia**, se puede decir, desde la teoría de Maslow (1970, en Cerrig y Zimbaro, 2006), que éstas surgen de la motivación del ser humano por satisfacer necesidades de supervivencia de tipo biológicas y de seguridad.

Asimismo, las metas mencionadas en el párrafo previo guardan relación con el factor de “desarrollo” que encontraron Yamamoto y Feijoo (2007). Ellos señalan que este factor tiene como componentes principales las metas de trabajo, alimentación, vivienda y salud; sin embargo, agregan que dichos componentes no solamente presentan un enfoque de supervivencia sino que describe connotaciones de mejora o progreso.

En relación a otra de las metas de mayor relevancia, **Mejor educación**, Ruiz Bravo (2003) manifiesta que ésta es una meta que está presente desde hace varias generaciones en la zona y que es una de las áreas en las que se emplean mayores esfuerzos. Según la autora citada éste afán de los padres de la comunidad por la educación, sobre todo de los hijos, se debe a que se ve en la educación una posibilidad de progreso, prestigio y modernización. Asimismo, la falta de la misma se asocia a la posibilidad de ser víctimas de engaños, abusos e injusticias y dificultad para reclamar sus derechos.

Al respecto, como ya se ha indicado, Yamamoto y Feijoo (2007) encuentran en otras comunidades rurales del Perú la meta de “educación para los hijos”, la cual se inserta en una meta más amplia que ellos denominan “desarrollo”. Asimismo, Ortiz y Yamamoto (1999) encontraron que la expectativa de los padres de la comunidad andina rural Champacocha sobre sus hijos se relacionaba a la obtención de un oficio o profesión universitaria; es decir, hallaron en ellos una tendencia a aspirar para los suyos una escala social superior a la que ellos se encuentra.

Como se observa, existe coincidencia en señalar que la importancia de la meta se debe a que ésta es asociada al progreso y desarrollo. También, es posible sugerir que en tanto la meta de bienestar es asociada al progreso y desarrollo de las personas y sus hijos, ésta encuentra relación teórica con la dimensión “crecimiento personal” del bienestar psicológico, la cual resalta la importancia del empeño de las personas por desarrollar sus potencialidades y capacidades (Keyes y cols., 2002). De esta manera, tal y como señalan Ortiz y Yamamoto (1999), se puede decir que el andino es progresista, lo cual se ve reflejado en las metas que manifiestan su concepción de bienestar.

En base a lo mencionado previamente se puede proponer que las metas de bienestar encontradas se enmarcan en dos dimensiones: lo tradicional y lo moderno. Lo tradicional en tanto las metas giran en torno a una actividad típica y fundamental de la zona, como lo es la ganadería, y lo moderno, en tanto lo que se busca a partir de dicha actividad es la profesionalización o la mejora en la educación de los hijos para que, en algunos casos, no regresen al campo.

Para terminar, se puede plantear de manera tentativa dos puntos. El primero es que si bien el objetivo de la profesionalización tiende a que los hijos no regresen a la vida de campo, una carrera profesional les puede permitir acceder a conocimiento y

herramientas que puedan complementar y potencializar sus saberes previos sobre la actividad pecuaria, la cual ha formado parte de su vida. En ese sentido, se puede establecer, de manera tentativa, que la meta de **Mejor educación** retroalimenta, principalmente, la meta **Buen ganado**, a su vez que a las sub-metas previas y las metas que le devienen.

Y el segundo, si bien sólo se manifiesta que la meta de **Dinero** tiene relación directa con la compra de **Buen ganado**, se puede sugerir que el dinero brinda la capacidad de adquisición o satisfacción de sub-metas como el **Riego por aspersión/motobomba/pozos revestidos**, **Pasto cultivado**, **Mejoramiento Genético**, **Cobertizos** y **Capacitaciones**, ya que, a mayores ingresos económicos, mayores probabilidades de que las personas puedan comprar o implementar las tecnologías alternativas mencionadas o acceder a cursos de capacitación.

De esta manera se logra formar una secuencia cíclica de metas, la cual se muestra a continuación:

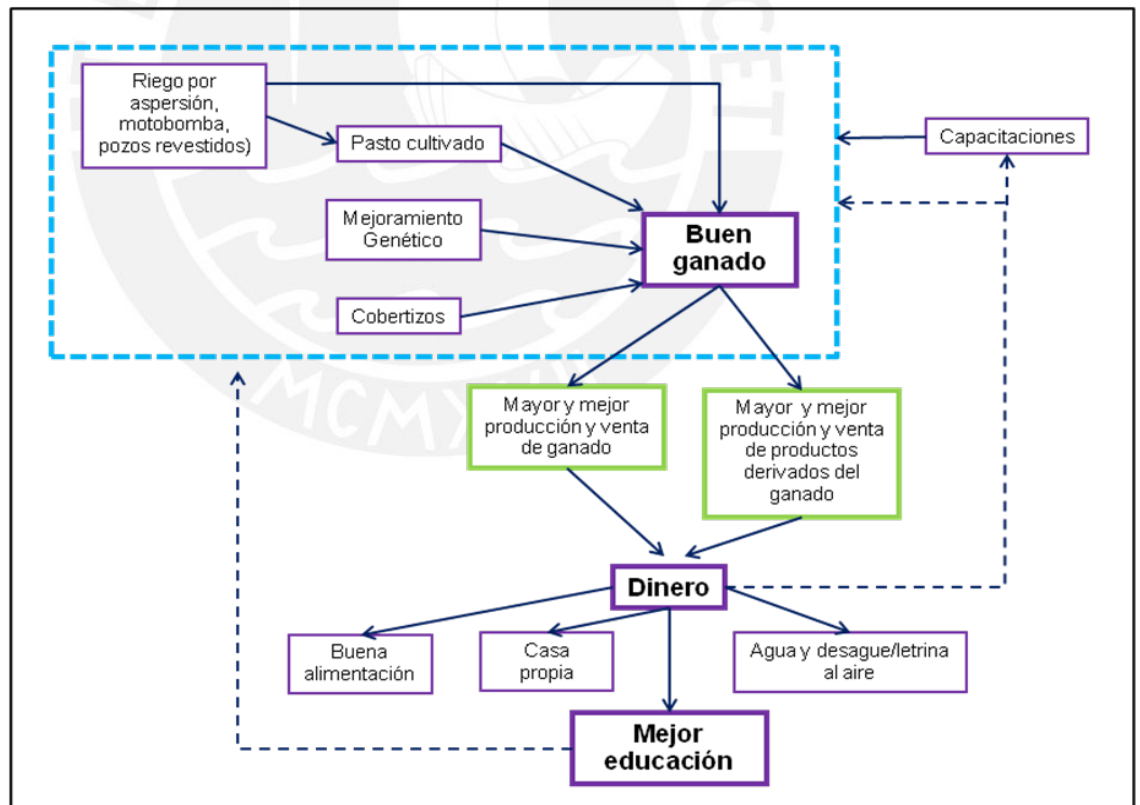


Figura 4. Metas de vida de vida de la comunidad de Kunurana Alto

Valores

Son dos los principales valores que se han encontrado: **Trabajar** y **Compañerismo**.

El primero, el de **Trabajar**, hace referencia al trabajo en sí, al hecho de estar en constante actividad, de hacer algo sin importar qué y de no permanecer en casa. 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. Además, cabe mencionar que este valor del trabajo tiene una connotación de sacrificio por los hijos y la familia.

*“Una buena persona es trabajadora, siempre está haciendo algo,
patea su ganado o vende su quesito”
(Mujer, 40 años)*

*“Es trabajadora, se sacrifica por sus hijos, por su familia”
(Hombre, 40 años)*

Al respecto, Ruiz Bravo (2003) encontró resultados similares en la comunidad de Kunurana Alto. La investigadora halló que tanto para hombres como para mujeres el valor del trabajo es un elemento nuclear de la identidad personal y social de las personas de dicha comunidad, un eje importante en las representaciones colectivas y en la organización social de esta zona. Asimismo, manifiesta que el trabajo es el núcleo a partir del cual se articulan otras áreas como lo religioso, lo corporal y lo social. Es por ello que la promoción del espíritu de laboriosidad es esencial en el proceso de socialización de niños y niñas y en el aprendizaje de los valores de la cultura andina (Ruiz Bravo, 2003).

En vinculación con los estudios de Schwartz (1992, 2009), el valor de **Trabajar** puede encontrar cierta semejanza con el valor de logro. El valor de logro resalta la importancia de perseguir el éxito personal como resultado de demostrar competencia o capacidad de acuerdo a las normas culturales establecidas; además, hace énfasis en el manejo eficiente de esas capacidades o habilidades para una adecuada supervivencia. En ese sentido, el valor del trabajo, vinculado al de logro, lo que señalaría el deseo de demostrar la capacidad o habilidad para realizar “algo”, en este caso, habilidades que estén vinculadas con la ganadería y el campo, áreas consideradas de gran relevancia para el contexto socio-cultural, que permiten, en la mayoría de casos, la subsistencia y el logro de las metas planteadas por las personas en la comunidad de Kunurana Alto.

El segundo valor, **Compañerismo**, está compuesto por características como el compartir, el ayudar, el apoyar y el prestar, en general, aquellas cosas o posesiones de uno a las demás personas. Algunas de esas cosas o posesiones concretas son el agua, la comida, el dinero y herramientas. No obstante, también se señala que este valor se manifiesta en cuestiones simbólicas o abstractas como el compartir ideas, compartir amistad, ayudar en hacer la tierra, apoyar cuando alguien está enfermo.

“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)

Desde la teoría de Schwartz, a nivel individual, el valor del **Compañerismo** encuentra similitud con el valor de benevolencia en tanto éste último hace énfasis en mejorar el bienestar de la gente con la que se tiene mayor cercanía, proximidad e interacción, siendo una de las manifestaciones de esta búsqueda de mejora, la ayuda a los demás (Páez y cols., 2004).

Aunado a lo anterior, a nivel de valores culturales, el valor hallado encuentra semejanza con el valor cultural de compromiso igualitario, el cual también resalta la promoción del bienestar de los demás a través de, entre otras formas, la ayuda (Ros y Schwartz, 1995).

Al respecto, Yamamoto y Feijoo (2007) identificaron un valor análogo al hallado en el presente estudio al que denominaron “colectivismo”. Este valor asume indicadores como el apoyo objetivo y subjetivo, y se inserta en una dinámica de compartir uniendo el progreso individual al colectivo. Como se observa, se pone énfasis en el apoyo y el compartir entre los miembros de la comunidad, al igual que el valor de **Compañerismo**. Llama la atención que estos valores análogos hayan surgido, en ambos estudios, de comunidades rurales andinas, por lo que se puede sugerir que es una característica básica y esencial de este tipo de población.

Asimismo, en base a lo planteado por Estermann (2006), el valor identificado se puede entender a la luz de dos principios esenciales del pensamiento andino: el principio de relacionalidad 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 relación que va definiendo al ente. Lo anterior puede explicar por qué el valor del **Compañerismo** es importante para esta comunidad andina, porque supone una constante interacción y relación con el otro y, por lo tanto, sostiene y permite la continuidad de ese “ser relacionado”. En ese sentido, se puede decir que el **Compañerismo** es concebido como una manifestación natural de este “ser relacionado”.

El segundo principio planteado por Estermann (2006) 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 o la inversión en una acción por un/a actor/a será recompensado por un esfuerzo o una inversión de la misma magnitud por el receptor o la receptora. El autor señala que en el fondo se trata de una justicia del intercambio de bienes, sentimientos y personas. En relación con lo previo, las características de ayudar, prestar, compartir y apoyar de manera concreta (con bienes) o simbólica (con acciones o ideas) del valor de compañerismo pueden dar cuenta de este esfuerzo o inversión que espera ser recompensada con una acción similar. En otras palabras, se puede inferir que las personas tienen la motivación de ayudar a los otros en tanto esperan que esa ayuda sea retribuida.

Entonces se puede desprender de lo mencionado que el valor del **Compañerismo** supone una motivación o interés por mantener relaciones interpersonales (principio de relacionalidad) que contribuyan de manera concreta o simbólica a los demás pero también a uno mismo (principio de reciprocidad).

En concordancia con lo antepuesto, existe un valor hispano denominado Familiarismo, el cual consiste en una sólida identificación y apego del individuo a su familia nuclear y extendida, experimentando sentimientos de lealtad, reciprocidad y solidaridad entre los miembros que la conforman (Triandis, Marín, Betancourt, Lisanky y Chang, 1982, en Lucker, 2002).

Otros valores que surgen de la investigación son el de **Respeto, Honradez-Honestidad, Cariño y Estar al servicio de la comunidad.**

Con respecto al valor del **Respeto**, éste se ve reflejado en saludo cordial, la valoración y amor hacia las otras personas y hacia la comunidad.

*“Tiene que ser respetuosa con los demás, respetuosa con su comunidad”
(Hombre, 40 años)*

Dicho valor se puede asociar en el de Tradición, desarrollado por Schwartz, el cual incluye justamente las nociones de respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que la cultura o la religión imponen (Páez y cols., 2004); en este caso, el respeto estaría dirigido a las demás personas y hacia la comunidad. Asimismo, se asemeja al valor hispano de simpatía, el cual resalta la necesidad de comportarse de forma cortés y respetuosa con los demás (Triandis, Marín, Betancourt, Lisanky y Chang, 1982, en Lucker, 2002).

En cuanto al valor de la **Honradez-honestidad** y **Cariño**. Se encuentra que el primero es caracterizado por el cumplimiento de las promesas y el proceder de manera correcta y, el segundo, por ser cariñoso con la familia y los hijos, así como por cuidar de ellos.

“Tiene que ser Honrado, o sea es correcto, no te miente, cumple lo que te dice”
(Hombre, 46 años)

Ambos valores encuentran coincidencia y complementan el valor de benevolencia (Schwartz, 1992, 2009), el cual, como se ha mencionado anteriormente, tiene como característica primordial la preocupación por el bienestar de las personas con la que se tiene mayor cercanía o contacto, todo ello a través de la honestidad, la amistad y el amor hacia los otros.

Por último, surte el valor de **Estar al servicio de la comunidad**. En él se refleja el interés de las personas de ponerse al servicio de su tierra/pueblo/comunidad y sus necesidades y trabajar en beneficio de ella.

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

Respecto a este valor, Ortiz y Yamamoto (1999) organizaron una matriz de rasgos culturales en la que el valor de máxima jerarquía para la cultura rural andina es el de servir a los suyos, lo cual guarda similitud con lo hallado.

Además, este valor puede guardar relación o puede ser un componente del valor de colectivismo, ya que según Oyserman, Coon y Kemmelmeier (2002, en Basabe y Ros, 2005), éste tiene como aspecto central el grupo, y, sobre todo, el sentido de deber y obligación hacia el éste.

Aunado a lo anterior, Marín y Triandis, (1985, en Lucker, 2002) señalan respecto al colectivismo un contenido similar. Ellos manifiestan que este es un valor hispano que

destaca, entre otros elementos, la empatía mutua y la disposición a sacrificarse por los miembros del grupo.

Entonces se observa que el valor de estar al servicio de la comunidad parece ser característico de otras zonas rurales andinas y que está teñido por el valor de colectivismo señalado líneas arriba, ya que los individuos orientan sus conductas en concordancia y beneficio del grupo social o contexto en el que se enmarcan y desarrollan.

Finalmente, en base a la información presentada, se puede señalar que existe en los pobladores de la comunidad de Kunurana Alto una disposición favorable hacia los valores de corte colectivo.

Anti-valores

Son tres los principales “antivalores” o pautas de comportamiento rechazadas que se han hallado: **Ociosidad**, **Egoísmo/envidia** y **No ayudar a nadie/comunidad**.

El primero, el de **Ociosidad**, en oposición al valor de **Trabajar**, se refiere al hecho de no hacer nada, de no trabajar, de permanecer en su casa, de estar acostumbrado a lo regalado y lo fácil. Cabe mencionar que la relevancia de este antivalor recae en la asociación directa del mismo con la pobreza.

“No 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)

Ruiz Bravo (2003) encontró que, en oposición al valor del **Trabajar**, que posee el reconocimiento social de las personas de la zona de estudio, la **Ociosidad** se proscribía y critica fuertemente desde la infancia, ya que no responde a los mandatos ni a las exigencias sociales de la comunidad, las 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. Lo anterior, señala la autora, debido a que para dar y recibir es necesario tener, y para poder tener es necesario el trabajo.

Asimismo, la crítica a la ociosidad puede estar asociada a un imaginario colectivo de la zona, el del “mal patrón”, quién tiene como una de sus características principales el hecho de no trabajar y de vivir del trabajo de otros (Ruiz Bravo, 2003). Es decir, las personas pueden estar intentando impedir a través del fomento del valor del trabajo el resurgimiento de este tipo de figura que ha sometido a sus antepasados a maltratos y abusos.

El segundo antivalor es el de **Egoísmo/envidia**, el cual es asociado, por un lado, al hecho de no compartir nada de lo que uno tiene con otras personas y, por otro lado, a querer todo solo para uno mismo, a trabajar solo para uno mismo o para los demás solo si sí le conviene.

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

El tercero es el de **No ayudar a nadie/comunidad**. Éste se concreta en el hecho de no apoyar a los demás, así como en no trabajar para la comunidad.

*“Odia a la gente, no le gusta ayudar a nadie”
(Hombre, 40 años)*

*“No trabaja para el pueblo”
(Mujer, 35 años)*

Ambos valores en cierta forma dan cuenta de una negativa hacia la vinculación de la persona con respecto a su contexto y los miembros del mismo. En ese sentido, se puede sugerir que detrás de la desaprobación de estos antivalores específicos, lo que se rechaza en sí es el individualismo, entendido este como un conjunto de creencias, valores y prácticas culturales en el que los objetivos individuales predominan sobre los grupales (Triandis, 1995, en Páez, Fernández, Ubillos y Zubieta, 2004).

En otras palabras, se rechaza o se valora de manera negativa un gran nivel de involucramiento con uno mismo, la priorización de las metas personales sobre las grupales (Rhee, Uleman y Koo, 1996), la independencia personal, la competencia, el logro personal (Oyserman y cols., 2002, en Basabe y Ros, 2005) y la formación de lazos interpersonales ligeros (Hofstede, 1991, en Allik y Realo, 2004), todas características del individualismo que se oponen en cierta forma a valores hallados

como el compañerismo y el servicio a la comunidad en el que se demuestra interés y preocupación por los otros y por el contexto en el que las personas se encuentran insertas.

Cabe mencionar que Yamamoto y Feijoo (2007), encontraron que otras comunidades andinas rurales del Perú le otorgan de igual manera una valoración negativa al egoísmo y la envidia, ambos componentes del factor denominado por los autores como “individualismo”, por lo que se puede inferir que esta valoración desfavorable puede ser característica de este tipo de poblaciones.

Para finalizar, se encontró el antivalue **Miramiento**, el cual se define básicamente por 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)*

Al parecer, este antivalue puede encontrar resonancia en uno de los valores planteados por Schwartz (1992, en Páez y cols., 2004) que conforman el constructo de individualismo, el valor de Poder. Dicho valor afirma, de manera general, que las personas presentan motivaciones de dominar y controlar tanto recursos como a otras personas así como de buscar y mantener cierto prestigio social; vinculado con lo previo, el antivalue de **Miramiento** puede estar manifestando la tendencia o motivación de mantener cierto control y dominio sobre un otro al poner énfasis en la crítica y la denigración de la imagen pública de éste, así posiblemente también se esté buscando ensalzar la imagen de uno mismo y, como consecuencia, aumentar el propio prestigio social o estatus.

En conclusión, como se ha podido evidenciar en los apartados de *valores* y *antivalores*, parece existir en la muestra de la comunidad de Kunurana Alto una predisposición favorable hacia los valores orientados al grupo y a los otros y cierto distanciamiento de aquellos valores que hacen énfasis en lo individual. Lo anterior se puede entender en tanto se ha encontrado evidencia de que la vida en pequeñas ciudades y la vida rural en comunidades densas refuerzan el colectivismo (Triandis, 1995, en Páez y cols., 2004). En coincidencia con lo previo, los estudios de Schwartz corroboran que las personas que viven en el campo poseen menos valores

individualistas en comparación con los que viven en grandes ciudades (Smith y Schwartz, 1997, en Páez y cols., 2004).

Sin embargo, es pertinente delimitar la relación que pueden tener los antivalores de **Egoísmo-envidia**, **No ayudar a nadie/comunidad** y **Miramiento** con el individualismo. Éstos pueden estar vinculándose con el individualismo en su variante negativa, la cual, según Ortiz y Yamamoto (1999) hace referencia a la realización personal con o contra el mundo, o solo para su entorno más próximo, que no necesariamente es su familia. En cambio, el individualismo positivo, manifiesta que la persona que busca el éxito y la realización personal, también trata de servir a los demás, lo cual puede indicar que este tipo de individualismo se ve asociado a los valores identificados en el presente estudio como lo son **Compañerismo** y **Estar al servicio de la comunidad**.

En línea con lo anterior, lo que ciertos antivalores pueden estar mostrando es una disposición negativa no al individualismo en sí, sino a los aspectos negativos que la conforman, lo cual como señala Espinosa (comunicación personal, 17 de noviembre, 2010) no solo sucede en poblaciones como la del presente estudio, sino que sociedades reconocidas como “individualistas” también critican aspectos como el egoísmo o la envidia.

A continuación se muestra un cuadro que grafica lo hallado en lo referido a valores y antivalores.

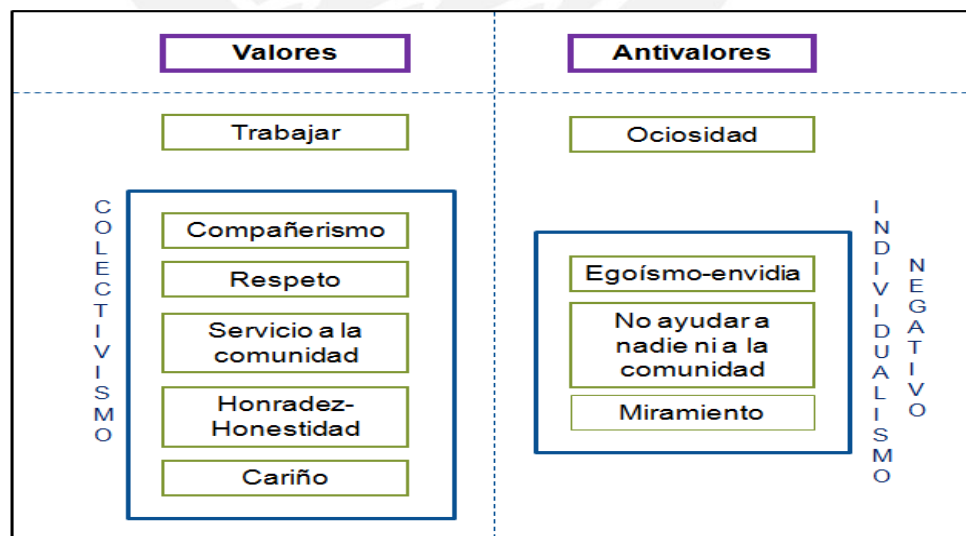


Figura 5. Valores y anti-valores predominantes

Relación entre metas de bienestar y valores

Como ya se ha expuesto en el marco teórico presentado, diversas investigaciones encuentran que existe relación entre los valores y el bienestar (en este caso, el bienestar reflejado en metas). En ese sentido, es pertinente discutir de manera tentativa la relación entre las variables de estudio halladas en la comunidad de Kunurana Alto.

Si bien no se pretende establecer la vinculación de todas las categorías encontradas, sí se busca esbozar las relaciones entre las de mayor relevancia para la muestra.

Es adecuado recordar que en la teoría de Schwartz los valores reflejan metas y objetivos a seguir (Páez y Cols., 2004). Igualmente, Locke (2002) concluye que las metas son el medio a través del cual los valores son trasladados a la realidad. Es decir, la manifestación o la elección de ciertas metas pueden verse influenciadas o afectadas por los valores predominantes de las personas y su contexto socio-cultural.

En el presente estudio dicha influencia se ejemplifica, inicialmente, entre el valor del **Trabajo** y la meta de **Buen Ganado**.

El valor señalado, si bien indica la importancia de realizar cualquier tipo de actividad, pone acento en el trabajo relacionado con la ganadería y el campo. Este acento se evidencia al hallar que la principal actividad laboral y fuente de ingresos económicos en la zona es la pecuaria.

Lo anterior puede indicar que la meta **Buen Ganado**, y por ende las sub-metas que la conforman (**Pasto cultivado, Riego por aspersión/motobomba/pozos de agua, Cobertizos, Capacitación/cursos, Mejoramiento genético**), resultan ser una concretización del valor **Trabajar**.

Asimismo, debido a que es a través del cumplimiento de la meta **Buen ganado** que se puede acceder a la meta de **Dinero**, se puede plantear que el valor de **Trabajar**, al influenciar de manera directa la obtención de la meta **Buen ganado**, también estaría influenciando la posibilidad de acceder al **Dinero**.

A su vez, dado que el valor del **Trabajar** facilita que la muestra de la comunidad de Kunurana Alto pueda tener ingresos económicos, dicho valor también colabora en que se pueda alcanzar el cumplimiento de otras metas relevantes como lo es la **Mejor educación** para los hijos.

De esta manera, el valor **Trabajar** se convierte en un factor central para la producción de recursos, los cuales permiten a su vez la superación personal de los

hijos o, en términos del bienestar psicológico, el crecimiento personal a través del desarrollo de sus potencialidades o capacidades (Ryff, 1989; Keyes y cols., 2002), en este caso, de tipo académico-profesional.

Además, su importancia se puede explicar en tanto el trabajo para el mundo andino no solo es percibida como una actividad productiva sino también como culto sagrado en que el hombre se vincula con el mundo, con los otros, con lo divino y con lo natural (Van Kessel y Condori, 1992). Es decir, el trabajo posee, a la par, beneficios de carácter instrumental y de tipo simbólico-ritual, por lo que resulta esperable que se rechace la **Ociosidad**, que significaría tanto la ausencia de recursos como la desvinculación con el entorno, la comunidad y la naturaleza.

Cabe resaltar que la mayoría de las metas identificadas son elementos concretos orientados a la obtención de recursos para la subsistencia y comodidad de la familia, así como para la superación de los hijos. En ese sentido, se puede inferir que el valor **Trabajar**, el cual influencia las metas señaladas y permite la concreción de las mismas, puede ser concebido, en su carácter instrumental, como un valor materialista, en tanto lo que busca es la seguridad física y el bienestar material (Inglehart, 1991, en Páez y cols., 2004).

Con respecto al valor de **Compañerismo** y su relación con el **Buen ganado**. El valor del **Compañerismo** en tanto es caracterizado por compartir, ayudar, apoyar y prestar tanto elementos concretos (dinero, herramientas, agua, comida) como simbólicos (ideas, ayuda en hacer la tierra), puede ser visto como en un medio facilitador para alcanzar la meta de **Buen ganado**.

Lo anterior puede verse reforzado por el principio de reciprocidad que rige el mundo andino. Dicho principio lo que plantea es que a cada acto que las personas realicen le corresponde, como contribución, un acto recíproco (Estermann, 2006). Para el caso, la colaboración que se puedan brindar entre los pobladores puede repercutir de manera positiva en el logro de los objetivos o metas planteadas por cada uno de ellos. Por el contrario, si predominara el antivalor de **Egoísmo-envidia** o **No ayudar a nadie/comunidad**, las personas tendrían que acceder por si solas a los recursos necesitados y, por ende, podrían ver limitadas sus posibilidades de concretar sus metas.

Aunado a lo anterior, Páez y cols. (2004) afirman que, en contextos en los que hay escasez de recursos, la dependencia al grupo puede ser entendida como un factor

adaptativo. Es decir, el **Compañerismo** puede ser tomado como una estrategia de acceso a capital humano y social que facilite el logro de las metas planteadas.

Finalmente, se puede observar que las metas de bienestar identificadas por los individuos están centradas en lo personal y en el núcleo familiar, mientras que los valores y anti-valores que más resaltan están orientados a lo colectivo o comunal. En ese sentido, se puede inferir que el bienestar de la persona de la comunidad de Kunurana Alto es producto de una mezcla de dos paradigmas, el individual y el colectivo, en donde las metas pueden ser personales pero las estrategias de logro o recursos son afectadas por los valores colectivos que comparte la comunidad.

Limitaciones de la investigación

Una primera limitación del estudio recae sobre el idioma. Hubiera sido preferible que el investigador se pueda comunicar con los participantes en su lengua materna, el Quechua; no obstante, el investigador no maneja dicho idioma por lo que se buscó a personas que tuvieran un mayor manejo del idioma Castellano.

Dicha búsqueda, si bien permitió aumentar las posibilidades de diálogo, no anuló, en ciertos casos, los momentos de dificultad para el entendimiento por ambas partes y de constante replanteamiento de las preguntas, razones por las cuales la información obtenida puede haberse visto afectada de manera negativa tanto en cantidad como en calidad.

Otra limitación importante en el estudio hace referencia a los resultados. Al estar enmarcada la investigación en una población específica, las concepciones particulares de lo que se considera como bienestar y los valores de dicha población difícilmente pueden ser generalizados o atribuidos a otras poblaciones. No obstante, cabe señalar que ello no ha impedido realizar ciertos vínculos tentativos con bibliografía previa que pueden colaborar o complementar lo hallado y, por lo tanto, facilitar su comprensión.

Recomendaciones

En la presente investigación se ha intentado estudiar conceptos complejos como lo son el bienestar y los valores. Sin embargo, esto se ha hecho desde una perspectiva cualitativa por lo que la información hallada es específicamente relevante para el contexto y la muestra de estudio. En ese sentido, se puede plantear una segunda fase de investigación en la que se empleen métodos cuantitativos, basada en la fase cualitativa. Ello podría contribuir a que los resultados trasciendan a las conclusiones

que involucran a los participantes del estudio; es decir, se podría obtener una mayor representación de la comunidad y, quizás, tener la posibilidad de realizar estudios comparativos de mayor alcance con zonas o comunidades similares.

Otra recomendación es con respecto al idioma que se emplea y, por ende, a la calidad y cantidad de información que se recolecta. Es posible que el manejo del idioma quechua por parte del investigador, o un intermediario que maneje ambos idiomas, pueda colaborar en aumentar el nivel de confianza para el diálogo libre y, con ello, aumentar las posibilidades de obtener información de mayor precisión exactitud con respecto a las variables de estudio.

Sumado a las recomendaciones anteriores, quizás para futuras investigaciones es posible analizar las diferencias significativas en ciertas variables demográficas como el sexo o como el nivel educativo y cómo ésta se ven influenciadas por los valores y a su vez como influyen en el planteamiento de las metas de bienestar.

Se plantea también como una recomendación importante, el complementar el conocimiento de la psicología social con aquellos pertenecientes con la sociología o antropología, ya que como se ha podido comprobar, brindan información relevante para la comprensión de los fenómenos hallados. En otras palabras, se recomienda ampliar el espectro de técnicas y conocimientos para la recolección y el análisis de los datos con el fin de captar, en lo posible, la complejidad de los fenómenos estudiados.

Finalmente, se considera que la presente investigación es una contribución más desde la psicología social a la generación de conocimiento acerca de nuestra propia realidad, específicamente al contexto peruano andino rural, al cual escasas veces podemos acceder. En ese sentido, se recomienda continuar con la construcción de contenidos teóricos, en este caso sobre bienestar y valores, que encuentren sustento en la realidad de nuestro país. De esta manera, se puede colaborar en la generación de conocimiento contextualizado a la realidad socio-cultural de la que surge.



REFERENCIAS

- Austin, J. y Vancouver, J. (1996) Goals constructs in Psychology: Structure process and content. *Psychological Bulletin*, 120(3), 338-375.
- Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una escala factorial para medir la felicidad. *Revista interamericana de psicología*, 40(1), 99-106.
- Allik, J. y Realo, A. (2004). Individualism-collectivism and social capital. *Journal of cross-cultural psychology*, 35(1), 29-49.
- Anderson, J. (2001). *Yauyos: estudio sobre valores y metas de vida*. Lima: Ministerio de Educación.
- Andréu, J. (2003). *Las técnicas de Análisis de Contenido: una revisión actualizada*.
Extraído el 27 de mayo del 2010 desde:
<http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- Balarezo, S. (1980) *Vías de Desarrollo y Economía Campesina: El Caso de Cañar*. Quito: FLACSO Ecuador.
- Basabe, N. y Ros, M. (2005). Cultural dimensions and social behavior correlates: Individualism-Collectivism and Power Distance. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 18(1), 189-225.
- Bilbao, M., Techio, E. y Paez, D. (2007). Felicidad, cultura y valores personales: estado de la cuestión y síntesis meta-analítica. *Revista de Psicología*, 25(2), 233-276.
- Blanco, A. y Díaz, D. (2005). El bienestar social: su concepto y medición. *Psicothema*, 17(4), 582-589.
- Cerrig, R. y Zimbardo, P. (2006). *Psicología y vida*. México D.F.: Pearson Educación.
- Cornejo, M. y Lucero, M. (2005). Preocupaciones vitales en estudiantes universitarios relacionados con bienestar psicológico y modalidades de afrontamiento. [Versión electrónica]. *Fundamentos en humanidades*, 6 (2), 143-153.
- Diener E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95 (3), 542–575.
- Diener, E., Lucas, R., y Oishi, S. (2002). Subjective Well – Being: The Science of Happiness and Life Satisfaction. En: Snyder, C.R. y Lopez, S.J. (Eds). *Handbook of positive psychology* (pp. 63-71). New York: Oxford University Press.
- Diener, E., Oishi, S., y Lucas, R. (2003). Personality, culture, and subjective well-being: Emotional and cognitive evaluations of live. *Annual Review of Psychology*, 54, 403-425.
- Diener, E. y Suh, E. (2000). *Culture and subjective well-being*. Cambridge: MIT press.

- Diener, E., Suh, M., Lucas, E. y Smith, H. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276-302.
- Diener, E. y Suh, E. (1999). National differences en subjective well-being. En: Kahneman, D., Diener, E. y Schwarz, N. (Eds.). *Well-Being: The Foundations of Hedonic Psychology* (pp. 435-450). New York: Sage Found.
- Diener, E., Suh, E. y Oishi, S. (1997). Recent findings on subjective well-being. *The Indian Journal of Clinical Psychology*, 24(1), 25-41.
- Diaz, D., Rodriguez-Carvajal, R., Blanco, A., Moreno, B. Gallardo, I., Valle, C y Van Dierendock, D. (2006). Adaptación española de las escalas de bienestar psicológico de Ryff. *Psicothema*, 18(3), 572-577.
- Eid, M. y Larsen, R. (2008). The science of subjective well-being. New York: Guilford Press.
- Easterlin, R. (2001). Income and happiness: towards a unified theory. *The economic journal*, 111, 465-484.
- Estermann, J. (2006). *Filosofía andina: sabiduría indígena para un mundo nuevo*. La Paz: ISEAT.
- Fishbach, A. y Ferguson, M. (2007). The Goal Construct in Social Psychology. En A. Kruglanski y T. E. Higgins (Eds.), *Social Psychology: Handbook of Basic Principles*.
- Fontaine, J., Poortinga, Y., Delbeke, L. y Schwartz, S., (2008). Structural Equivalence of the Values Domain across Cultures: Distinguishing Sampling Fluctuations from Meaningful Variation. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 39, 345-366.
- Gámez, E. y Marrero, H. (2003). Metas y motivos en la elección de la carrera universitaria: Un estudio comparativo entre psicología, derecho y biología. *Anales de psicología*, 19(1), 121-131.
- García, M. (2002). El bienestar subjetivo. *Escritos de Psicología*, 6, 18-39.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México D. F.: McGraw – Hill.
- Hugo, D. (2006). Metas y Emociones cuando se aprende a enseñar ciencias por autorregulación. *Revista electrónica de Motivación y Emoción*, 9(22).
- Kahneman, D., Diener, E. y Schwarz, N. (Eds.). (1999). *Well-Being: The Foundations of Hedonic Psychology*. New York: Sage Found.

- Kasser, T. y Richard, R. (1993). A dark side of the American dream: correlates of financial success as a central life aspiration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(2), 410-422.
- Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). *Investigación del Comportamiento*. México, D.F: McGraw-Hill.
- Keyes, C. (1998). Social well-being. *Social Psychology Quarterly*, 61, 121–140.
- Keyes, C., Shmotkin, D. y Ryff, C. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 1007-1022.
- Locke, E. (2002). Setting goals for life and happiness. En: Snyder, C. y Lopez, S. (Eds). *Handbook of positive psychology* (pp. 299-312). Nueva York: Oxford University Press.
- Lucker, G. (2002). La cultura y la psicología social. En Diaz-loving, R. (ed). *Psicología social de las Américas* (pp. 507-531). Naulcalpan de Juárez: Pearson educación.
- Marks, N. Abdallah, S., Simms, A. y Thompson, S. (2006) the unhappy planet index. Londres: New Economics Foundations.
- Martinez, M. (2006). La investigación Cualitativa. *Revista IIPSI*, 9(1), 123-146.
- Medrano, C., Cortés, P. y Palacio, S. (2007) La televisión y el desarrollo de valores. *Revista de Educación*, 342, 307-328.
- Oishi, S. (2000). Goals as cornerstones of subjective well-being: linking individuals and cultures. En: Diener, E. y Suh, E. (Eds). *Culture and subjective well-being* (pp. 87-112). Cambridge: MIT press.
- Oishi, S., Diener, E., Suh, E. y Lucas, R. (1999). Value as a moderator in subjective well-being. *Journal of Personality*, 67(1), 157-184.
- Oishi, S., Schimmack, U., Diener, E., & Suh, E. M. (1998). The measurement of values and individualism-collectivism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 1177–1189.
- Ortiz, A y Yamamoto, J. (1999). MIXTURAS. *Antropológica* 17(17), 225-244.
- Páez, D., Fernández, I., Ubillos, S. y Zubieta, E. (2004). *Psicología social, cultura y educación*. Madrid: Pearson Prentice.
- Porta, L. y Silva, M. (2003). La investigación cualitativa; el análisis de contenido en la investigación educativa. Extraído del 27 de mayo del 2010 desde:
<http://www.uccor.edu.ar/paginas/REDUC/porta.pdf>
- Reeve, J. (1994). *Motivación y emoción*. España: McGraw-Hill.

- Rhee, E, Uleman, J. y Koo, L. (1996). Variations in Collectivism and Individualism by Ingroup and Culture: Confirmatory Factor Analyses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(5), 1037-1054.
- Ros, M. y Schwartz, S. (1995). Jerarquía de valores en países de la Europa occidental: una comparación transcultural. *Reis*, 69, 69-88.
- Ruiz Bravo, P. (2003). *Identidades femeninas, cultura y desarrollo: Un estudio comparativo en el medio rural peruano*. Louvain: Presses Universitaires de Louvain.
- Ryan, R. y Deci, E. (2001). On happiness and human potentials: a review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141-166.
- Ryff, C. y Keyes, C. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 719-727.
- Ryff, C. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 1069-1081.
- Salgado, C. (2000). *Análisis comparativo de la metodología cuantitativa y cualitativa: revisión y análisis de la metodología cualitativa*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Sanz de Acedo, M., Ugarte, M. y Lumbreras, M. (2003). Desarrollo y validación de un cuestionario de metas para adolescentes. *Psicothema*, 15(3), 493-499.
- Schimmack, U., Radhakrishnan, P. Oishi, S. Dzokoto, V y Ahadi, S. (2002). Culture, personality and subjective well-being: integrating process models of life satisfaction. *Journal of personality and social psychology*, 82, 582-593.
- Schwartz, S. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theory and Empirical Tests in 20 Countries. En: M. Zanna (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65
- Schwartz, S. y 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.
- Schwartz, S. (2009, Junio). *Basic human values*. Trabajo presentado en el Seminario "Comparación Trans-nacional de la Calidad y Comparabilidad de Medidas para constructos en la investigación comparativa: métodos y aplicaciones", Bolzano, Italia.

- Suh, E., Diener, E., Oishi, S. y 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. y Koo, J. (2008). Comparing subjective well-being across cultures and nations: the “what” and “why” questions. En: Eid, M. y Larsen, R. (Eds). *The science of subjective well-being* (pp. 414-427). New York: Guilford Press.
- Triandis, H. C. (1996). The psychological measurement of cultural syndromes. *American Psychologist*, 51(4), 407-415.
- Veenhoven, R. (2008). Sociological theories of subjective well-being. En: Eid, M. y Larsen, R. (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. Pontificia universidad católica del Perú. Documento inédito.
- Yamamoto, J., y Feijoo, A. (2007). Componentes émicos del bienestar. Hacia un modelo alternativo de desarrollo. *Revista de Psicología*, 25(2), 197-231.
- Yamamoto, J., Meza, R. y Ríos, A. (2008). Análisis intercultural de conflictos: valores y concepciones nativas de recursos naturales con énfasis en la cocha y el camu-camu. IIAP-Focal Bosques. IIAP-Focal Bosques. Manuscrito no publicado.



Anexo A. Datos generales de los participantes.

Participante	Sexo	Edad	Estado civil	Nivel educativo	Ocupación principal
S1	Hombre	50	Conviviente	Primaria completa	Ganadería/Venta de abarrotes
S2	Hombre	24	Soltero	Primaria completa	Ganadería
S3	Mujer	36	Casada	Primaria completa	Ganadería
S4	Hombre	40	Casado	Primaria completa	Ganadería
S5	Mujer	38	Casada	Secundaria completa	Ganadería/Regidora
S6	Hombre	46	Casado	Secundaria completa	Ganadería
S7	Hombre	28	Conviviente	Secundaria incompleta	Ganadería
S8	Hombre	19	Soltero	Superior técnica incompleta	Ganadería
S9	Hombre	42	Casado	Secundaria completa	Ganadería
S10	Mujer	34	Casada	Secundaria completa	Ganadería/Ama de casa
S11	Hombre	45	Soltero	Secundaria incompleta	Ganadería/Pdte. De la comunidad
S12	Mujer	40	Casada	Primaria completa	Venta de abarrotes/Ganadería
S13	Mujer	48	Casada	Primaria completa	Ganadería
S14	Mujer	35	Casada	Secundaria incompleta	Ganadería
S15	Mujer	38	Casada	Primaria completa	Ganadería
S16	Mujer	35	Casada	Primaria completa	Ganadería
S17	Hombre	40	Casado	Secundaria completa	Ganadería/Promotor de salud
S18	Mujer	20	Conviviente	Primaria incompleta	Ganadería/Ama de casa
S19	Mujer	19	Conviviente	Primaria completa	Ganadería/Ama de casa
S20	Hombre	40	Casado	Superior técnica completa	Secretaría de registro civil/Ganadería

Anexo B: Consentimiento informado

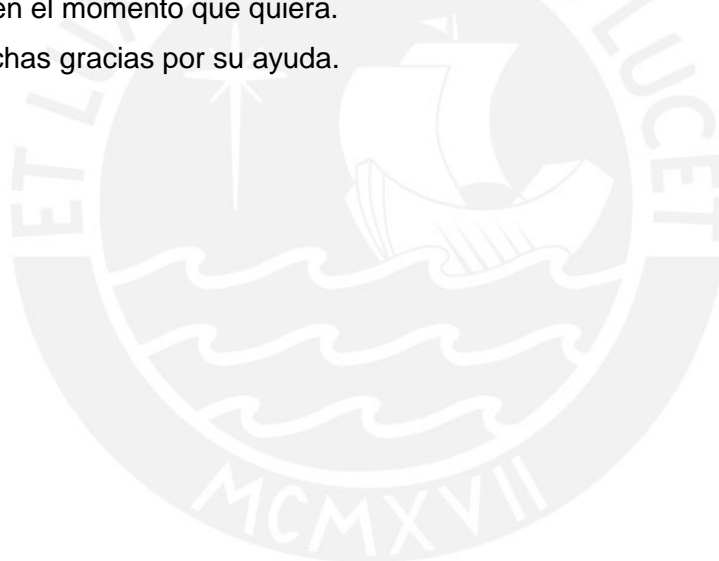
Buenas días/tardes. Mi nombre es Benji Pérez Salinas, soy estudiante de Psicología Social de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Estoy haciendo una investigación de tesis sobre las concepciones de bienestar y los valores de los pobladores de la comunidad de Kunurana Alto y me gustaría que me ayude dándome un poco de su tiempo para una entrevista.

La entrevista duraría más o menos veinte minutos. Yo le haré algunas preguntas y apuntaré lo que usted me responda. Lo que usted me diga será utilizado solamente para cumplir con los objetivos de la investigación que estoy realizando. Si tiene alguna duda, puede hacerme preguntas en cualquier momento.

Su colaboración es totalmente voluntaria y puede negarse a seguir con la entrevista en el momento que quiera.

Muchas gracias por su ayuda.



Anexo C: Cuestionario de datos Socio-demográficos

Datos generales

- a. Sexo:
 - 1) Hombre
 - 2) Mujer

- b. Edad:

- c. Estado civil:
 - 1) Soltero
 - 2) Conviviente
 - 3) Casado
 - 4) Viudo
 - 5) Divorciado

- d. Nivel educativo
 - 1) No ha ido
 - 2) Primaria incompleta
 - 3) Primaria completa
 - 4) Secundaria incompleta
 - 5) Secundaria completa
 - 6) Superior técnica incompleta
 - 7) Superior técnica completa
 - 8) Superior universitaria incompleta
 - 9) Superior universitaria completa

- e. Ocupación principal:

Anexo C: Guía de preguntas

Variables de estudio	Preguntas
Metas de bienestar	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué necesita para ser feliz? - Supongamos que yo quiero vivir aquí ¿Qué necesito para ser feliz?
Valores	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo es una buena persona de Kunurana Alto? - ¿Quiénes son las personas que más admiras de esta comunidad? ¿Qué es lo que más admiras de ellas?
Antivalores	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo es una mala persona de Kunurana Alto? - ¿Qué es lo que más le critican a una persona de Kunurana Alto?
Preguntas de aclaración	
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es...? 2. Por favor, ¿Me puedes explicar otra vez...? 3. ¿Qué quiere decir con...? 4. ¿Cuándo me dice... me está hablando de...? 	

Anexo D: Lista de Categorías

1. Metas de bienestar: ¿Qué necesitas para ser feliz?

Pasto cultivado

Tener todo, que no te falte nada, buen pasto, pasto cultivado

Pasto cultivado para los ganados

Pasto mejorado, cultivado

Pasto cultivado, como radicamos en el campo a veces está seco, en cambio el pasto cultivado no se seca como el natural, con poca aguita nomás rapidito crece

Pasto cultivado, como radicamos en el campo a veces está seco, en cambio el pasto cultivado no se seca como el natural, ya tienes para darle al ganado y que crezca bien, fuerte y grande, sino asisito nomás

Si tienes buen pasto crece bueno (el ganado), ese lo vendes y ya tienes para mantenerte

Si tienes buen pasto crece bueno (el ganado), sacas harta leche y ya tienes para mantenerte

Pasto cultivado, es mejor, la helada no lo malogra

Pasto cultivado, es mejor, aparte crece más rápido que el normal

Pasto cultivado, es mejor, para el ganado

Pasto cultivado, es un pasto mejorado para que el ganado coma mejor, esté grande y lo vendes a más precio

Pasto cultivado, es un pasto mejorado para que el ganado coma mejor, aumenta la producción de leche

Pasto cultivado, es mejor alimento para las vacas, para que vote más harta leche

Pasto cultivado

Pasto cultivado

Pasto mejorado para que coman bien las vaquitas

Pasto cultivado

Pasto cultivado, ese pasto es mejor que el natural, más rápido crece y no se seca

Necesitamos pasto cultivado para mejorar el ganado, tener más lechecita

Necesitamos pasto cultivado para mejorar el ganado, venderlo mejor

Pasto cultivado, nos dan semillas y nosotros lo hacemos

Mejoramiento genético de ganado

Necesitaría mejoramiento genético para el ganado, inseminación artificial

Mejoramiento genético de ganado, inseminación artificial

Toro reproductivo, es un toro fuerte, puro para mejorar la raza

Ganado mejorado genéticamente quiero porque es el alimento de la familia, su sustento.

Ganado mejorado genéticamente, un toro PPP (Puro por pedigree) para mejorar la raza

Ganado mejorado genéticamente, inseminación artificial

Ganado mejorado genéticamente con toro reproductivo

Ganado mejorado genéticamente con inseminación

Ganado mejorado, más fuerte se pone

Ganado mejorado, se vende más precio

Ganado mejorado genéticamente para que produzca más leche

Mejoramiento genético del ganado, de las vacas y alpacas, muchos logros he tenido en las ferias he tenido

premio con mis ovinos cara negra, he ganado prestigio y me vienen a comprar mis animales, por eso quiero seguir mejorando, así te compran a más precio

Riego por aspersión/motobomba/pozos revestidos

Riego por aspersión, los ríos todo triste hay nomás 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

Si le das aguita crece bueno (el ganado), ese lo vendes y ya tienes para mantenerte

Si le das aguita crece bueno (el ganado), sacas harta leche y ya tienes para mantenerte

Agua, necesitamos motobomba para regar donde no llega el río, para el pasto

Agua, necesitamos motobomba para que coma bien el ganado y este bueno para que de leche.

Agua, hay pozos de agua que queremos captar para nuestro pasto

Anhelamos tener nuestros pozos revestidos de cemento para mejorar los pastos

Anhelamos tener nuestros pozos revestidos de cemento para darle agua al ganado

Riego por aspersión, para que riegue como lluvia a todas las partes del pasto

Motobomba o electrobomba para sacar el agua de los pozos, porque están muy lejos o hay poquito.

Necesitamos agua para el riego porque mayormente el río se seca

Riego por aspersión

Riego por aspersión, si tuvieramos podríamos tener más pasto

Riego por aspersión, si tuvieramos podríamos tener mejor animalitos, más lechecita

Riego por aspersión, si tuvieramos podríamos tener mejor animalitos, vender mejor

Riego por aspersión

Riego por aspersión, para regar mejor los pastos que chorree a todos lados

Bomba manual o motobomba, el agua se esta secando, tenemos manantial pero el agua está al fondo y no se puede sacar

Mejor educación

Quiero que mis hijos vayan bien en su estudio, que tengan libros

Quiero que mis hijos vayan bien en su estudio, se puede poner acá una academia para que tengan buena enseñanza, más conocimiento

Quiero que mis hijos vayan bien en su estudio, que tengan más conocimiento

Quiero tener mi profesión, estudiar para sustentarme

Quiero tener mi profesión, quiero ser mecánico para poder tener un trabajo seguro, ya después puedo tener mi familia, porque sino sin trabajo como los mantengo

Quiero tener mi profesión, quiero ser mecánico para poder tener un trabajo seguro

Yo hubiera querido estudiar, tener mi profesión, tinterillo o abogado me hubiera gustado ser

Yo hubiera querido estudiar, aún puedo auto educar o en no escolarizado

Yo hubiera querido estudiar, con la educación puedo llegar a ser un mejor dirigente

Quiero que mis hijos estudien en la universidad

Quiero que mis hijos estudien en la universidad, para que no sean como yo

Quiero que mis hijos estudien en la universidad, cuando tienen título a la mano cualquier trabajo se acomoda, el que no tiene triste se queda.

Quiero que mis hijos sepan pensar, que aprendan a leer

Quero que mis hijos sepan pensar, que sepan números

Enviar a los hijos a mejores escuelas para que no se queden pasteando, así no ganan bien apenas para su familia y su ropita

Mejor educación para mejor trabajo, no trabajaría como nosotros

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 apoyarles

Buena alimentación

Quiero que mis hijos no sufran, que estén bien, que tengan su frutita

Semillas para sembrar papa para dar a las wawas para comer, cuando compramos se acaba rápido.

Animales, conejitos, gallinitas para dar a las wawas, para comer, a veces no tenemos plata para comprar por eso criamos.

Apoyo de instituciones en comida

Salud, necesitas buena alimentación

Alimentación, para vivir bien es importante

Alimentación, para vivir bien es importante, para los hijos también

Uno para vivir feliz tiene que estar cómodo con su familia, siempre he tenido ese sueño de alimentar bien a mis hijos

Necesitamos avena para comer

Capacitaciones/cursos

Recibir capacitación en cuanto a ganado

Recibir capacitación en cuanto a queso

Recibir capacitación en cuanto a yogurt

Nos falta curso para manejar el dinero, saber ahorrar

Nos falta curso para manejar el dinero, saber vender

Apoyo de instituciones en cursos

Cursos de crianza de cuy

Cursos de hacer yogurt

Me gustaría llegar a ser dirigente de Santa Rosa, traería agrónomos, economistas, ingenieros para que enseñen a hacer empresa

Capacitación, cursos para fabricar o aprender a hacer yogurt

Capacitación, cursos para fabricar o aprender a hacer artesanías

Necesitamos más apoyo de instituciones, que nos den capacitaciones

Cobertizos

Tener todo, que no te falte nada, cobertizos

Cobertizos para que estén ahí los animalitos

Cobertizos para que en tiempo de lluvia no se moje el ganado

Cobertizos para que en tiempo de lluvia no se moje el ganado, sino las crías también se mueren y trabajas por las puras.

Mi cobertizo para los animales

Cobertizos

Buen ganado

Tener todo, que no te falte nada, tener ganado
Necesitaría mi ganado, nosotros vendemos toretes
Necesitaría mi ganado, nosotros sacamos lechecita para vender
Necesitaría mi ganado, nosotros sacamos quesito para vender
Un buen ganado, grandecito, fuerte
Un buen ganado, que de harta leche
Necesitamos a nuestros ganados
Tu ganadito necesitas, todo sale de nuestra ganadería

Casa propia

Alguna habitación
Un lotecito de tierra para construir mi casita
Quiero mi casa, ahorita estoy con mi primo
Quiero mi propio terrenito para levantar mi casita
Una casita mia para vivir tranquila,
Una casita mia para que los hijos jueguen tranquilos, dónde estamos el dueño se molesta
Hacer mi casa, levantar con adobe acá (centro poblado) un cuartito
Sueño con levantar mi casa, con mi sueldo ya lo estoy haciendo levantar, para el 25 ya estará

Agua y desagüe (Letrina)

Letrina al aire, que bonito sería si tienes tu baño bonito, un avance importante
Letrina al aire, también puedes usar para purificar el agua y te sirve para regar plantitas, un avance importante
Letrina, más limpio es
Agua y desagüe queremos
Para vivir como personas nos falta desagüe, así ya no hay contaminación
Agua, hay pozos de agua que queremos captar para tomar
Agua y desagüe, es un servicio básico que necesitamos

Dinero

Dinero, suficiente economía
Cuando tienes dinerito das buena educación a tus hijos
Cuando tienes dinerito alimentas bien (a tus hijos)
Cuando tienes dinerito puedes comprar mejores vacas
La base es el dinero
La base es el dinero, con eso podría educar mejor a mis hijos, los mandas a una mejor escuela
La base es el dinero, con eso podría educar mejor a mis hijos, les das mejor enseñanza
Dinero para comprarme un lote
Cuando hay platita todo se hace, a tu familia no le falta nada
Cuanto hay platita todo se hace, le puedo dar buena educación a mis hijos

Necesitamos más apoyo de instituciones, que nos den préstamos

2. Valores: ¿Cómo es una persona buena de tu comunidad?

Trabajo

Es trabajador, hace algo
Es trabajador, hace algo aunque sea por unos centavos pero que haga algo
Trabajador, hace algo para seguir adelante
Trabajadora, siempre está haciendo algo
Trabajadora, lo que sea pero está haciendo algo
Trabaja, cualquier cosita pero trabaja
Es trabajador, no se queda en su casa nomás
Trabajador, demuestra que si se puede
Es trabajador, gestiona
Trabajadora, patea su ganado
Es trabajadora, pastorea, otros son ociosos no saben hacer nada.
Ansiosa de trabajar, tiene ganas de hacer su ganado
Trabajadora, vende su quesito
Es trabajadora, hace queso, otros son ociosos no saben hacer nada.
Es trabajadora, hace chacra, otros son ociosos no saben hacer nada.
Trabaja hace su chacra
Ansiosa de trabajar, tiene ganas de hacer su chacra
Trabajador, siempre está haciendo algo en su chacra
Trabaja para los hijos
Trabajadora, se sacrifica por sus hijos
Trabajadora, se sacrifica por su familia
Trabaja, se sacrifica por sus hijos

Compañerismo

Son humildes, aunque poquito, comparten sus cosas
Humilde, comparte lo que tiene
Que sea social, que comparta si hay algo para todos tiene que ser
Que sea social, que comparta que no se adueñe de todo solito
Presta sus cosas, Que diga yo tengo tu también, que no sea todo para uno nomás
Presta sus cosas, que no sea todo para uno nomás
Comparte sus cosas, su agua
Ayuda a sus compañeros, le da aguita
Es caritativa, da su comida, invita
Comparte sus cosas, alguito de dinero
Presta sus cosas, te facilita algo, dinero
Ayuda a los pobres, les presta dinero
Es social osea comparte, sus ideas
Apoya, te dan ideas

Es social o sea comparte, su amistad
Es social o sea comparte, te conversa lo que ha vivido
Presta sus cosas, te facilita algo, herramientas
Es una persona que tiene compañerismo, ayuda a los demás
Ayuda a sus compañeros, haciendo la tierra
Apoya cuando no tenemos
Te apoyan cuando estás enfermo

Respeto

Tiene respeto, te saluda en la calle
Respetuoso es con otros, te saluda
Respetuoso, se valoran entren ellos
Respetuoso, se aman entre ellos
Respetuosa con los demás
Respetuosa con la comunidad

Honradez/Honestidad

Honrado, es correcto
Honrado, no te miente
Honrado, cumple lo que dice
Honrado, por ejemplo yo te presto billete para tal fecha quedamos y traes completito, entonces me cumples
Honesto, que siempre ha ganado sus cosas en lo correcto
Es comprometido, cumple lo que promete

Cariño

Son cariñosos
Cariñoso, que te cuida pues
Cariñosa con sus hijos
Cariñosa con su familia
Le tiene cariño a la familia

Estar al servicio de su comunidad

Está al servicio de su pueblo
Está al servicio de su comunidad
Un nacionalista que sienta por su tierra y sus necesidades
Un nacionalista que sienta por su país
Trabajadora, hace cosas por su tierra
Trabaja por su comunidad
Apoya a la comunidad, se asocia para traer agrónomos, economistas, sociólogos para que te enseñen a tener una empresa

3. Antivalores: ¿Cómo es una persona mala de tu comunidad?

Ociosidad

Ociosa es, nada hace
 No trabaja, no hace nada
 No hace nada, no trabaja
 No hace nada, es ociosa
 No trabaja, es ocioso
 Es ocioso, no trabaja
 No trabaja
 No trabaja, es ocioso
 No trabaja, ociosa es
 Es ocioso, no hace nada vive de su mujer nomás
 Ociosa es, sentada nomás en su casa
 Ociosa es, aquí los pobres son los ociosos
 Ocioso, gente acostumbrada a lo fácil
 Ocioso, todo regalado quiere
 Ocioso, todo facilito quiere
 No trabaja para él

Egoísmo/Envidia

Guarda rencor, no te evita nada
 Guarda rencor, no te comparten su agua
 No comparte nada, egoísta
 No comparte sus ideas
 Egoísta es, no te presta nada
 Envidioso es para el nomás quiere todo
 Es envidioso
 Te lleva envidia, cuando tienes algo para ellos nomás quieren tener
 Egoísta es, para el nomás quiere
 Egoísta es, si le conviene nomás te ayuda
 Egoísta es, su parcela nomás trabaja
 No te enseña

No ayuda a nadie/comunidad

Odia a la gente, no le gusta ayudar a nadie
 Que no ayuda a nadie
 No apoya a nadie
 No trabaja para el pueblo
 No ayuda a su comunidad

Miramiento

Lleva rencor a las personas, te "mironea" o sea dice "así es él" habla mal de uno

Habla mal de uno
Hace miramiento, mucho te mira que haces
Hace miramiento, habla mal de uno
Hace miramiento, te discrimina
Sabe criticar nomás a los demás, a los que tienen algo

