

MOTIVACIONES DE LA AUSENCIA DE CONSUMO DE CARNE DE CONEJO EN UNA POBLACIÓN DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Pedro GONZÁLEZ REDONDO

Departamento de Ciencias Agroforestales. Escuela Universitaria de Ingeniería Técnica Agrícola. Universidad de Sevilla. España
Correo electrónico: pedro@us.es

RESUMEN

En una muestra de estudiantes ($n=342$) de la Universidad de Sevilla un 86% de los jóvenes habían comido en alguna ocasión carne de conejo, consumiéndola en la actualidad un 62%. Entre quienes no la consumían actualmente, un 48,5% la rechazaban por sus *características organolépticas*, un 37,7% no la consumían por *falta de hábito de consumo* y un 13,8% evitaban comerla por *motivos emocionales y morales*. De los 84 sujetos que alguna vez habían comido carne de conejo y que no la consumían actualmente, la mayoría no la consumían *sus características organolépticas* (54,8%) o por *falta de hábito de consumo* (40,5%). Entre quienes no consumían carne de conejo actualmente ($n=130$) las mujeres rechazaban su consumo mayoritariamente por *motivos emocionales y morales* y los hombres por *falta de hábito de consumo*. En dicho colectivo, quienes tenían algún cazador en su familia rechazaban esta carne principalmente por sus *características organolépticas* y quienes no contaban con cazadores entre su familia, no la consumían mayoritariamente por *falta de hábito de consumo*. Quienes habían mantenido conejos como mascotas rechazaban el consumo de su carne mayoritariamente por *motivos emocionales y morales* y quienes no habían tenido mascotas de esta especie no consumían carne de conejo principalmente por *falta de hábito de consumo*. Las motivaciones para no consumir carne de conejo fueron similares a las mostradas por adultos jóvenes para otras carnes.

ABSTRACT

In a survey of students ($n=342$) of the University of Seville, 86% of the young people had eaten in some occasion rabbit meat, 62% consuming it currently. Between those who did not consume it currently, 48.5% avoided it by their *organoleptic characteristics*, 37.7% did not consume it by *absence of consumption habit* and 13.8% avoided to eat it by *emotional and moral reasons*. Between the 84 subjects that sometimes had eaten rabbit meat and that did not consume it currently, the majority of them did not consume it by its *organoleptic characteristics* (54.8%) or by *absence of consumption habit* (40.5%). Between those who did not currently consume rabbit meat ($n=130$) the women avoided its consumption mainly by *emotional and moral reasons* mainly and the men by *absence of consumption habit*. In this group, who they had some hunter in their family mainly avoided this meat by their *organoleptic characteristics* and who did not have hunters in their family, mainly did not consume it by *absence of consumption habit*. Who had maintained rabbits as pet mainly avoided the consumption of their meat by *emotional and moral reasons* and those who did not have had pets of this species mainly did not consume rabbit meat by *absence of consumption habit*. The reasons for not consuming rabbit meat were similar to those indicated by young adults for not consuming other meats.

Key words: humane attitudes; hunting; meat consumption; pets maintaining; rabbit meat; young people.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años está disminuyendo el consumo de carne de conejo (Rafel, 2002; Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2004a; Rodríguez, 2005) a pesar de ser una de las carnes más nutritivas y saludables (Camps, 1996; Lebas *et al.* 1996; Camps y De Pedro, 2001; Dalle Zotte, 2002; Combe, 2004). Son escasos los estudios que investiguen el consumo de carne de conejo por adultos jóvenes. Por ello, el propósito de este estudio fue conocer algunos factores y motivaciones relacionados con el consumo de carne de conejo por estudiantes universitarios.

MATERIAL Y MÉTODOS

Se encuestó a 342 estudiantes de la Universidad de Sevilla (64,9% hombres y 35,1% mujeres) de edades comprendidas entre 18 y 29 años (media: 20,9 años) que eran, en su mayoría, habitantes de la ciudad y de la provincia de Sevilla, pero también de toda Andalucía. Los sujetos se seleccionaron aleatoriamente y contestaron voluntariamente a la encuesta, realizada por escrito de manera anónima en marzo de 2003. La tabla 1 muestra la información demandada en el cuestionario.

Tabla 1. Ítems del cuestionario suministrado a los sujetos

<i>Ítem</i>	<i>Respuestas posibles</i>
¿Ha consumido alguna vez carne de conejo?	Sí, No
¿Consume actualmente carne de conejo?	Sí, No
Si no consume carne de conejo, indique el motivo por el que no lo hace	Respuesta abierta
¿Tiene o ha tenido conejos como mascota?	Sí, No
¿Algún miembro de su familia practica la caza?	Sí, No

Las respuestas a la pregunta “Si no consume carne de conejo, indique el motivo por el que no lo hace” se agruparon en tres alternativas (tabla 2) en función de la connotación de la motivación para no consumir carne de conejo. Las motivaciones agrupadas en la tipología *rechazo por sus características organolépticas* incluyeron todas las respuestas que comportaron la evitación del consumo provocada por las características intrínsecas de la carne de conejo. La tipología *falta de hábito de consumo* incluyó todas las respuestas que comportaban una ausencia de costumbre de consumir esta carne, una falta de hábito de compra o adquisición o una falta de conocimiento de la manera de cocinarla. La tercera tipología de la evitación del consumo de carne de conejo, que denominamos *motivos emocionales y morales*, incluyó todas las respuestas cuya motivación para el rechazo del consumo comportaban alguna connotación ética o sentimental. Los criterios para definir esta agrupación de las respuestas se establecieron tras realizar un análisis de la literatura.

Tabla 2 Agrupación de las respuestas a la pregunta del cuestionario: “Si no consume carne de conejo, indique el motivo por el que no lo hace” en grupos homogéneos según la motivación para no consumir la carne de conejo

<i>Rechazo por sus características organolépticas</i>	<i>Falta de hábito de consumo</i>	<i>Motivos emocionales y morales</i>
---	-----------------------------------	--------------------------------------

- No gusta	- No tiene hábito de consumirla	- Le da pena
- Da asco	- No se ha planteado consumirla	- Considera al conejo como mascota
- Desagrada el sabor	- No ha tenido ocasión de comerla	- Le da pena que se cacen conejos
- Desagrada el aspecto	- No compra carne de conejo ⁽²⁾	- Si ve los conejos vivos, después no come su carne
- Tiene mucho hueso	- No caza conejos ⁽²⁾	- Es vegetariano
- No es una de las carnes favoritas	- No sabe cocinarla ⁽²⁾	- No come carne
- Es una carne muy negra ⁽¹⁾		

(1) Se refiere a la carne de conejo silvestre.

(2) El encuestado o su familia, con la que vive.

Los datos se analizaron mediante tablas de contingencia en las que se realizaron pruebas χ^2 de Pearson y se calcularon los residuos tipificados corregidos (R). En la interpretación de los residuos tipificados corregidos se consideró 1,96 como valor discriminante para un nivel de confianza del 95%. Los análisis se realizaron utilizando el programa SPSS 9.0 (SPSS Inc., 1999).

RESULTADOS

Se constató que de los 342 estudiantes encuestados, un 86% ($n=294$) habían comido en alguna ocasión carne de conejo. Sin embargo, la proporción de jóvenes que afirmaban comer carne de esta especie en la actualidad era inferior, del 62% ($n=212$).

De los 130 estudiantes que no consumían carne de conejo actualmente, un 48,5% la rechazaban por sus *características organolépticas*, un 37,7% no la consumían por *falta de hábito de consumo* y un 13,8% evitaban comerla por *motivos emocionales y morales*. Teniendo en cuenta sólo los 84 jóvenes que, habiendo probado alguna vez la carne de conejo, no la consumían actualmente, un 54,8% rechazaban su consumo por sus *características organolépticas*; un 40,5% no la comían por *falta de hábito de consumo* y un 4,7% evitaban comerla por *motivos emocionales y morales*.

Considerando sólo los 130 sujetos que manifestaron no consumir carne de conejo actualmente, se constató que el sexo se relacionaba de manera muy significativa ($\chi^2=22,44$, d.f.=2, $p<0,001$) con las motivaciones para no consumirla, de manera que la mayoría de las mujeres que rechazaban su consumo lo hacían por *motivos emocionales y morales* ($R=3,6$) y los hombres por *falta de hábito de consumo* ($R=4,0$). En dicho colectivo también se encontró que la presencia de algún cazador en la familia se relacionaba significativamente ($\chi^2=6,53$, d.f.=2, $p=0,038$) con los motivos para no consumir carne de conejo, de modo que quienes, teniendo algún cazador en su familia, rechazaban esta carne, lo hacían principalmente por sus *características organolépticas* ($R=2,4$), mientras que quienes, no contando con cazadores entre su familia, no la consumían, lo hacían mayoritariamente debido a una *falta de hábito de consumo* ($R=2,4$). Finalmente, considerando también sólo los sujetos que no consumían carne de conejo actualmente, se constató que la posesión de conejos como mascota también se relacionó significativamente ($\chi^2=9,25$, d.f.=2, $p=0,01$) con las motivaciones para no consumirla, de manera que quienes habían mantenido conejos como mascotas rechazaban el consumo de su carne mayoritariamente por *motivos emocionales y morales* ($R=2,5$), mientras que quienes no habían tenido mascotas de esta especie no consumían carne de conejo principalmente por *falta de hábito de consumo* ($R=2,4$).

DISCUSIÓN

La proporción de jóvenes que comían carne de conejo actualmente (62,0%) fue inferior a la de otros colectivos y en otras zonas geográficas (Párraga *et al.*, 1994). Estos resultados concuerdan con el hecho de que Andalucía es la región donde menos carne de conejo se compra (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2004a) y sugerirían una menor preferencia por esta carne entre los adultos jóvenes en comparación con el conjunto de los consumidores; apoyan la idea de que al retroceso en el consumo de carne de conejo que se constata en España (Rafel, 2002; Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2004a; Rodríguez, 2005) y en otros países en los últimos años parecen contribuir mayoritariamente los jóvenes, como también señala Dalle Zotte (2002), pues los consumidores tradicionales, de mediana y mayor edad, mantienen el consumo (Dalle Zotte, 2002).

El hecho de que sólo tres cuartas partes de quienes probaron alguna vez (86,0%) la carne de conejo seguían consumiéndola (62,0%) sugiere una falta de consolidación significativa de su consumo. Ésta no sería debida a una falta de disponibilidad porque España es un país típicamente productor de carne de conejo (Lebas *et al.*, 1996; Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2004b; FAO, 2005) y con grandes capturas de conejo de caza (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2004b). Por el contrario, la escasa consolidación del consumo podría estar causada principalmente por un desagrado de sus características organolépticas, como lo atestigua el hecho de que, en un 54,8% de quienes habiéndola comido en alguna ocasión no la consumían en la actualidad, el cese en el consumo fuese debido al *rechazo por sus características organolépticas*. El segundo motivo que contribuía a la falta de consolidación del consumo de la carne de conejo era la *falta de hábito de consumo*, indicado por un 40,5% de quienes alguna vez habían comido carne de esta especie y que en la actualidad ya no la consumían. La mayoría de los estudiantes encuestados vivían con sus familias y sus hábitos alimentarios dependían fuertemente de los hábitos familiares, siendo pocos los jóvenes que decidían qué alimentos comprar. Como en España el 85% del consumo de carne de conejo se hace en el hogar (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2004a), una parte de los adultos jóvenes no emancipados no consumen carne de conejo si en su familia no se compra ni se caza, como así lo manifestaron algunos de los estudiantes de nuestro estudio. Por último, una vez que los estudiantes habían comido en alguna ocasión la carne de conejo, eran muy pocos (4,7%) quienes dejaban de consumirla por *motivos emocionales y morales*.

El sexo influyó en las motivaciones para no consumir carne de conejo, confirmándose la propensión generalizada de las mujeres a comer menos carne, sobre todo roja, que los hombres (Santos y Booth, 1996; Kubberød *et al.*, 2002a; Kubberød *et al.*, 2002b; Kiefer *et al.*, 2005), en especial si son jóvenes (Santos y Booth, 1996; Kubberød *et al.*, 2002a; Kubberød *et al.*, 2002b). Las mujeres rechazaban la carne de conejo mayoritariamente por *motivos emocionales y morales*, implicando disgusto como observan Kubberød *et al.* (2002b) en jóvenes noruegos, mientras que los hombres no la consumían mayoritariamente por *falta de hábito de consumo*. Se confirmó también la carne de conejo fue percibida más negativamente por las mujeres que por los hombres por motivos éticos similares a los de otras carnes, como son los concernientes al respeto al animal (Santos y Booth, 1996) y el vegetarianismo (Santos y Booth, 1996; Kiefer *et al.*, 2005) que nosotros hemos agrupado en la componente que denominamos *motivos emocionales y morales*.

La posesión de conejos como mascota se relacionó con las causas de rechazo del consumo de esta carne entre los jóvenes que no la consumían en la actualidad, de manera que entre los no consumidores, quienes habían mantenido conejos como mascota rechazaban el consumo de su carne mayoritariamente por *motivos emocionales y morales*, al predominar actitudes de *afecto* hacia los conejos (Serpell, 2004), y quienes no los habían tenido no la consumían principalmente por *falta de hábito de consumo*. Este hallazgo está en consonancia con el hecho generalizado de que la posesión de mascotas incrementa el interés por los aspectos relacionados con el bienestar animal (Paul y Serpell, 1993; Miura *et al.*, 2002), habiéndose constatado en adultos jóvenes que la posesión de mascotas durante la infancia conlleva un mayor rechazo del consumo de carne (Paul y Serpell, 1993). En el conejo este efecto estaría reforzado por tratarse de un animal dulce y pacífico, humanizado por cuentos y dibujos animados propios de la cultura anglosajona, que le confieren una marcada connotación de animal de compañía (Camps, 1996; Camps y De Pedro, 2001).

La práctica de la caza por algún miembro de la familia influía en las motivaciones para el rechazo o la ausencia de consumo de carne de conejo. Los sujetos que no la consumían actualmente y tenían cazadores en la familia, la rechazaban mayoritariamente por las *características organolépticas*. Por ejemplo, algunos estudiantes rechazaban el consumo de carne de conejo silvestre por ser muy oscura. De hecho, Camps y De Pedro (2001) señalan que algunos prejuicios hacia la carne de conejo en general tienen su origen en la carne de conejo silvestre. Dalle Zotte (2002) también destaca que una de las principales causas de rechazo de la carne de conejo doméstico es su sabor a caza. La carne del conejo de caza más oscura, de olor y sabor más fuertes que la del conejo doméstico y de calidad más variable por proceder de animales de todas las edades, mal desangrados y fatigados en el propio lance cinegético (Camps, 1996; Camps y De Pedro, 2001), siendo considerada por ello como menos higiénica que la carne de conejo doméstico (Camps, 1996; Camps y De Pedro, 2001; Intercun, 2003). En síntesis, cabría considerar las carnes de conejo silvestre y de conejo doméstico como productos diferentes no sólo en lo que a sus características se refiere (Camps y De Pedro, 2001) sino también en lo que respecta a la percepción de los jóvenes hacia ellas. Por otra parte, la gran relevancia de la carne de conejo de caza frente a la producida en granjas en Andalucía (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2004b) quedó confirmada por el hecho de que entre los sujetos de nuestro estudio que no consumían actualmente carne de conejo y que no tenían cazadores en la familia, la ausencia de consumo estuviera causada mayoritariamente por la *falta de hábito de consumo*, revelando que ante la escasez de conejo de caza no se recurría a comprar carne de conejo doméstico. Radder y Le Roux (2005) constatan que la familiaridad y el hábito propician el consumo de carne de caza, que depende mucho de la exposición previa al producto y de la influencia de la familia. Andalucía tiene una gran tradición venatoria pero en los últimos años se viene constatando una disminución del número de jóvenes cazadores (Ñudi, 2002) y un incremento de la proporción de jóvenes contrarios a la caza (Arias de Reyna *et al.*, 2000) que probablemente comportará en un futuro próximo la disminución del número de jóvenes que consuman carne de conejo silvestre tanto por falta de conocimiento y hábito de consumo así como por un rechazo originado por motivos éticos derivados del desagrado de la idea de que los conejos sean cazados.

Algunos jóvenes afirmaron no consumir carne de conejo porque les desagradaba la visión de la canal en el mercado. El rechazo del consumo de la carne de conejo por este motivo ha sido constatado reiteradamente en varios países y es creciente (Lleonart, 1991; Camps, 1996; Dalle Zotte, 2002; Intercun, 2004), sobre todo en jóvenes (Dalle Zotte, 2002) y en medios urbanos (Lleonart, 1991). En España la mayor parte de la carne de conejo se comercializa todavía en forma de canal con cabeza (Camps, 1996; Lebas *et al.*, 1996), por lo

que para mantener o incentivar el consumo de la carne de esta especie, en especial entre los jóvenes, conviene promocionar otras formas de presentación como los despieces, los precocinados y los productos transformados (Dalle Zotte, 2002; Intercun, 2004), de los que se están introduciendo en el mercado alternativas tales como patés, brochetas, albóndigas, fiambres, mortadela, hamburguesas, etcétera (Asociación Española de Cunicultura, 1996).

Entre los motivos aducidos por los estudiantes que actualmente no comían carne de conejo para justificar su ausencia de consumo no se encontró ninguna respuesta relacionada con el mantenimiento de la salud, motivo que se ha descrito como determinante de rechazo de otras carnes, sobre todo rojas (Richardson *et al.*, 1993; Richardson *et al.*, 1994). A ello pudo contribuir tanto la ausencia de escándalos alimentarios en la producción cunícola como el hecho de que la carne de conejo es una de las más magras, de menor contenido en colesterol, con lípidos altamente insaturados y con reducido contenido de sodio, características que la hacen idónea para el mantenimiento de dietas saludables (Camps, 1996; Dalle Zotte, 2002; Combe, 2004) muy demandadas por los jóvenes (Santos y Booth, 1996). Estas características son conocidas por los consumidores de carne de conejo españoles (Intercun, 2004) y de otros países (Dalle Zotte, 2002), incluidos los jóvenes (Párraga *et al.*, 1994), y determinan que la carne de conejo sea demandada entre otros motivos por ser saludable (Intercun, 2003).

En conclusión, nuestro estudio puso de manifiesto que en los adultos jóvenes existían diferencias en las motivaciones para el rechazo del consumo de la carne de esta especie debidas al sexo de los sujetos, a la presencia de cazadores en la familia y a la posesión de conejos como mascota. Para profundizar en el conocimiento del consumo de esta carne por los jóvenes convendría realizar estudios en los que se indagasen las motivaciones del consumo en comparación con otras carnes. Dado que los jóvenes son importantes como potenciales futuros compradores y consumidores, el mantenimiento e incremento de los niveles de consumo de la carne de conejo pasa necesariamente por la realización de campañas de promoción específicamente orientadas a los jóvenes. Éstas podrían centrarse en tres ejes principales: se debería potenciar la imagen del conejo como especie de abasto en detrimento de su consideración como mascota; se deberían resaltar los excelentes atributos de su carne en lo que a su composición y características nutricionales se refiere, que son muy acordes con las demandas actuales de alimentos sanos; y se deberían potenciar las presentaciones alternativas a la canal entera, que reducirían el rechazo por los jóvenes.

BIBLIOGRAFÍA

- ARIAS DE REYNA L., GONZÁLEZ ARENAS J., RUIZ AVILÉS P. 2000. ¿Prohibirían los españoles la caza?. *Trofeo* 367: 46-51.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CUNICULTURA, 1996. Productos cárnicos de carne de conejo adulto. *Boletín de Cunicultura* 83: 36-37.
- CAMPS J. 1996. Carne de conejo: Cualidades dietéticas y futuro. *Boletín de Cunicultura* 83: 44-50.
- CAMPS J., DE PEDRO J.C. 2001. Conejo: La carne sana y dietética. *Lagomorpha* 118: 40-50.
- COMBE S. 2004. Valeur nutritionnelle de la viande de lapin. *Productions Animales* 17: 373-383.
- DALLE ZOTTE A. 2002. Perception of rabbit meat quality and major factor influencing the rabbit carcass and meat quality. *Livestock Production Science* 75: 11-32.
- FAO 2005. FAOSTAT-Agriculture. Food and Agriculture Organization of the United Nations. http://www.fao.org/waicent/portal/statistics_en.asp.

- INTERCUN 2003. Estudio de mercado del sector cunícola español. <http://www.agrodigital.info/PIArtStd.asp?CodArt=28310>.
- INTERCUN 2004. Consumo de la carne de conejo en los hogares españoles. *Boletín de Cunicultura* 135: 35-36.
- KIEFER I., RATHMANNER T., KUNZE M. 2005. Eating and dieting differences in men and women. *Journal of Men's Health and Gender* 2: 194-201.
- KUBBERØD E., UELAND Ø., RØDBOTTEN M., WESTAD F., RISVIK E. 2002a. Gender specific preferences and attitudes towards meat. *Food Quality and Preference* 13: 285-294.
- KUBBERØD E., UELAND Ø., TRONSTAD Å., RISVIK E. 2002b. Attitudes towards meat and meat-eating among adolescents in Norway: a qualitative study. *Appetite* 38: 53-62.
- LEBAS F., COUDERT P., DE ROCHAMBEAU H., THEBAULT R.G. 1996. *El conejo. Cría y patología*. Ed. FAO. Roma.
- LLEONART F. 1991. La presentación de la carne de conejo. *Boletín de Cunicultura* 55: 29-31.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN 2004a. *La alimentación en España 2003*. Madrid, Spain: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN 2004b. *Anuario de Estadística Agroalimentaria 2003*. Madrid, Spain: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- MIURA A., BRADSHAW J.W.S., TANIDA H. 2002. Childhood experiences and attitudes towards animal issues: A comparison of young adults in Japan and the UK. *Animal Welfare* 11: 437-448.
- ÑUDI J.I. 2002. La caza envejece. Los jóvenes ya no quieren ser cazadores. *Trofeo* 390: 28-38.
- PAUL E.S., SERPELL J.A. 1993. Childhood pet keeping and humane attitudes in young adulthood. *Animal Welfare* 2: 321-337.
- PÁRRAGA T., ROCA M., SUNYÉ C. 1994. Hábitos de consumo y compra del conejo en Mataró. *Boletín de Cunicultura* 76: 49-55.
- RADDER L., LE ROUX R. 2005. Factors affecting food choice in relation to venison: A South African example. *Meat Science* 71: 583-589.
- RAFEL O. 2002. A cunicultura em Espanha. Evolução recente. In: D. Monteiro, E. Gomes, S. Sacoto & R. Mena. (Eds.). *Proceedings of the II Jornadas Internacionais de Cunicultura* (pp. 7-33). Vila Real, Portugal: Associação Portuguesa dos Engenheiros Zootécnicos.
- RICHARDSON N.J., MACFIE H.J.H., SHEPHERD R. 1994. Consumer attitudes to meat eating. *Meat Science* 36: 57-65.
- RICHARDSON N.J., SHEPHERD R., ELLIMAN N.A. 1993. Current attitudes and future influences on Meat consumption in the U.K. *Appetite* 21: 41-51.
- RODRÍGUEZ T.M. 2005. Consumo de carne en los hogares españoles. *Boletín de Cunicultura*, 140: 24-40.
- SANTOS M.L.S., BOOTH D.A. 1996. Influences on meat avoidance among British students. *Appetite* 27: 197-205.
- SERPELL J.A. 2004. Factors influencing human attitudes to animals and their welfare. *Animal Welfare* 13 Suppl.: 145-151.
- SPSS Inc. 1999. SPSS 9.0. *Manual del Usuario*. Ed. SPSS Inc. Chicago.