



Que importancia ten o benestar animal para o consumidor?

É evidente que na actualidade existe un interese crecente pola forma de vida dos animais (principalmente de produción), que se converteu nunha preocupación de todos, pero é preciso comprender que factores inflúen na percepción por parte dos cidadáns do benestar animal.

J. Cantalapiedra¹, M. Camiña², I. Blanco-Penedo³, Y. Trillo⁴, E. Fernández⁵

¹Servizo de Gandería de Lugo, Xunta de Galicia

²Departamento de Fisioloxía, Universidade de Santiago de Compostela (USC)

³Departamento de Ciencias Clínicas, SLU

⁴Lely Farmer

⁵Departamento de Enxeñería Agroforestal (USC)

mal Machines (1964) de Ruth Harrison obrigou o Goberno británico a revisar a alimentación, o manexo e instalacións das explotacións e as súas conclusións foron posteriormente divulgadas baixo o Informe Brambell (1965).

OS CAMBIOS SOCIOCULTURAIS E ALIMENTARIOS

Son moi diversas as causas que afectan ao comportamento alimentario da sociedade. Os modernos sistemas de organización familiar, os novos estándares/canons de beleza, as enfermidades asociadas á vida sedentaria, o culto ao corpo, a falta de tempo para cociñar, o aumento do poder adquisitivo nun sector da sociedade, as modificacións na maneira de alimentarnos, as campañas publicita-

Para contestar esta pregunta cómpre lembrar a evolución da agricultura, a gandería e a ciencia do benestar animal (BA) dos últimos setenta anos. As penurias alimenticias derivadas da catastrófica situación europea posterior á segunda contenda mundial incentivaron a intensificación da produción gandeira aplicando os avances científicos en campos tan diversos como a xenética, a nutrición, a reprodu-

ción ou as infraestruturas que garantisen a demanda de alimentos da sociedade. Como consecuencia desta carreira frenética para alcanzar a máxima produción e rendibilidade nas explotacións, descoidáronse de forma evidente as condicións de vida dos animais e apareceron as primeiras voces críticas cara ao manexo dos animais e a súa explotación.

O debate público que orixinou en Inglaterra a publicación do libro *Ani-*

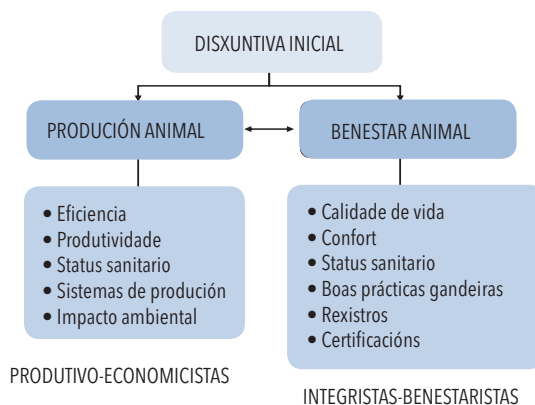
► O INTERESE EN RECIBIR MÁIS INFORMACIÓN SOBRE AS CONDICIÓN NAS QUE SE ATOPAN OS ANIMAIS INCREMENTOUSE MÁIS DUN 5 % EN VINTE DOS PAÍSES MEMBROS

rias de produtos diferenciados (*light*, ecolóxicos, *free cage*, nutracéuticos etc.) cambian as prioridades dos nosos hábitos e forma de vida.

Neste contexto vaise introducindo o BA dentro dun concepto xeneralista de calidade agroalimentaria que tenta satisfacer as necesidades do consumidor con tres obxectivos:

mellorar a vida dos animais, garantir a seguridade alimentaria e manter/mellorar a nosa saúde (figura 1). ►►

Figura 1. Correntes sobre o BA



Fonte: Díaz, 2004



copcisa

Delegación de Galicia - Rúa Cabana nº5, 1º - 15006 - A Coruña

Tlf. 981 136 687 / Fax 981 298 339

✉ galicia@copcisa.com

📍 COPCISAGalicia 🐦 @COPCISA_gal

Os datos dalgunhas enquisas realizadas aos consumidores en Francia, Alemaña e USA durante os anos 1995 e 1999 indicaban que entre o 80-90 % dos enquisados pagarían máis por produtos animais obtidos con premisas de BA e no Canadá no ano 2000, ao 85 % dos entrevistados gustaríalles unha etiquetaxe de benestar e o 10 % elixirían produtos respectuosos cos animais.

Noutra sondaxe realizada en Italia no ano 2002 para máis do 80 % dos enquisados a calidade do produto e o tipo de manexo están moi relacionados e cítanse en orde de importancia a nivel ambiental: o espazo dispoñible, a alimentación e hixiene; dentro das condicións de manexo: a liberdade de movementos, o confort e a ausencia de mutilacións, como os factores máis importantes para unha vida digna dentro das explotacións (Salvagente, 2002, citada por Martine, 2005).

Segundo o Eurobarómetro especial 229 no que se lles realizaron enquisas a consumidores de toda Europa, *Attitudes of consumers towards the welfare of farmed animals* ['Actitudes dos consumidores cara ao benestar dos animais de granxa'] (Comisión Europea, 2005), os consumidores non só son sensibles ao benestar animal, senón que aseguran que pa-

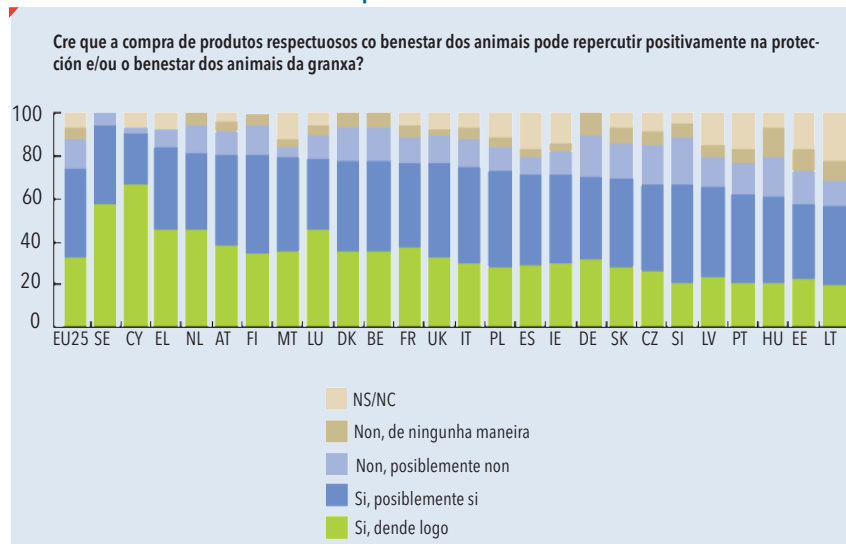
garían máis na compra para garantir a súa mellora. Con todo, chegados a este punto, deberíamos cuestionarnos se esta opinión se reflicte realmente no momento da adquisición dos alimentos.

Outros datos de interese en Eurobarómetro (2005) sobre o BA (figura 2) son os seguintes:

- O 62 % dos consumidores cambiarían os seus hábitos de compra se se especificase na etiquetaxe.
- O 43 % téñeno en mente ao comprar carne.
- O 55 % dos entrevistados opinaban que se tomaba pouco en conta nas políticas agrícolas nacionais.
- O 74 % cre que as súas decisións de compra repercuten na vida dos animais.
- O 90 % quere etiquetaxes con mención do benestar animal e o 39 %, presenza de información escrita na etiquetaxe coa introdución de logotipos.
- O 26 % proporía sistemas de clasificación ou de estrelas nos envases.
- O 90 % suxire que se lles aplique o mesmo criterio nos requisitos ás mercadorías da UE como ás importacións. ►►

► O 75 % DOS ENTREVISTADOS CRE QUE AS SÚAS DECISIÓNS DE COMPRA REPERCUTEN NA VIDA DOS ANIMAIS

Figura 2. Opinión dos enquisados sobre a compra de produtos respectuosos co benestar animal no Eurobarómetro especial 229



Fonte: DG Sanco, 2009

Con base no Eurobarómetro especial 229, a Comisión Europea elaborou outra enquisa en 2006, o Eurobarómetro especial 270 co mesmo título (Comisión Europea, 2007).

No devandito traballo examináronse os seguintes temas: a importancia do benestar animal na opinión pública, o coñecemento sobre o benestar animal, as percepcións sobre os estándares nacionais de BA, o impacto de estándares máis esixentes sobre os produtores e os hábitos de compra dos consumidores e a etiquetaxe.

Neste estudo volveuse a pór de manifesto o interese polos estándares de BA, reflectido nunha demanda de máis información por parte dos consumidores. Tamén se puxo de manifesto a importancia da etiquetaxe para poder obter información sobre as condicións de benestar dos animais.

Nese momento, máis da metade dos enquisados opinaban que os estándares de benestar animal nas explotacións melloraran (61 %), pero unha alta proporción manifestaba que era necesario incrementar a devandita mellora (77 %). Tamén unha maioría dos consumidores engadiron que os produtores deberían ser recompensados por aplicar estándares máis esixentes de benestar (72 %) e que os produtos importados desde fóra da Unión Europea deberían cumprir os mesmos estándares de benestar europeos (90 %).

No entanto, máis da metade dos enquisados indicaban que lles gustaría estar máis informados as condi-

cións de produción nas granxas (58 %), se ben o coñecemento que mostraban os enquisados non era uniforme nos diferentes Estados membros, cun maior coñecemento nos países nórdicos e expresando un particular desexo de maior información nos países mediterráneos.

O Eurobarómetro especial 442 (Comisión Europea, 2016), *Attitudes of Europeans towards animal welfare* ['Actitudes dos europeos ante o benestar animal'], incluíu algunhas das preguntas realizadas no Eurobarómetro especial 270 (Comisión Europea, 2007) e recolle os resultados do Eurobarómetro 229 (2015). Os obxectivos foron comprender a relación entre os cidadáns europeos e o BA, avaliar o coñecemento europeo sobre o tema e a importancia percibida sobre as actividades da UE neste campo e determinar as opinións europeas sobre a dispoñibilidade e o recoñecemento de produtos respectuosos co benestar.

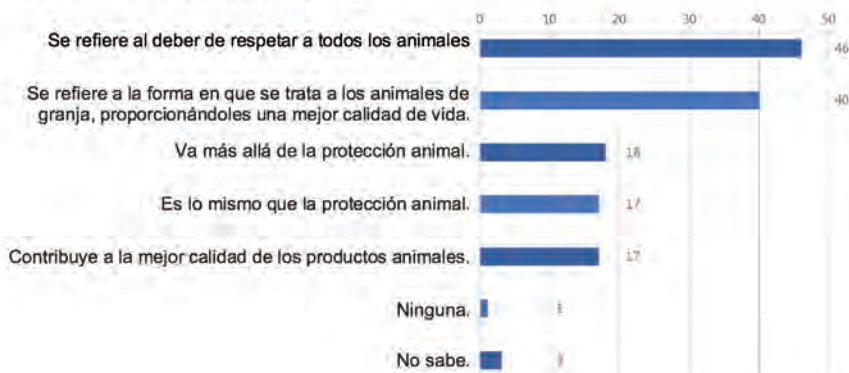
Como conclusións obtidas deste estudo cabe destacar que hai un alto grao de coincidencia entre os cidadáns europeos de que o BA é unha cuestión moi importante, aínda que están relativamente divididos en relación ao que eles entenden por benestar animal, cunha proporción similar entre aqueles que o consideran “o deber de respectar os animais” e “a forma na que son tratados nas granxas, proporcionándolles unha mellor calidade de vida”, como mostra a figura 3. ▶▶

▶ MÁIS DA METADE DOS ENQUISADOS INDICABAN QUE LLES GUSTARÍA ESTAR MÁIS INFORMADOS SOBRE AS CONDICIÓNS DE PRODUCCIÓN DAS GRANXAS

Figura 3. Opinión dos enquisados sobre o seu concepto de benestar animal no Eurobarómetro especial 442

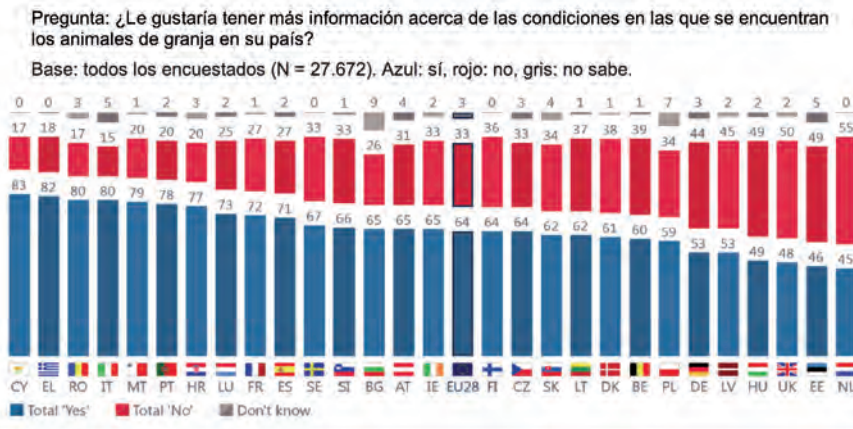
Pregunta: ¿Cuál de las siguientes definiciones describe mejor lo que entiendes por bienestar animal? (máximo 2 respuestas)

Base: todos los encuestados (N = 27.672).



Fonte: Comisión Europea, 2016

Figura 4. Opinión dos enquisados sobre a información que posúen sobre as condicións dos animais de granxa no Eurobarómetro especial 442



Fonte: Comisión Europea, 2016

A maioría dos cidadáns entrevistados considerou que o benestar dos animais de granxa era importante (94 %) e que debería ser mellor protexido do que o está agora (82 %), fronte a unha menor proporción de cidadáns que opinaba o mesmo para os animais de compañía (74 %).

Tamén se aprecia un incremento do interese da poboación para recibir maior información (64 %), fundamentalmente entre as xeracións máis novas.

Desde a anterior enquisa en 2006, o interese en recibir máis información sobre as condicións nas que se atopan os animais incrementouse máis dun 5 % en vinte dos países membros. A figura 4 mostra a porcentaxe de enquisados por país ao que lle gustaría ter máis información sobre as condicións en que son tratados os animais de granxa.

Polo que se refire á lexislación, moitos cidadáns europeos cren que debería existir unha lexislación europea relativa ao coidado dos animais para toda aquela persoa que os use con fins comerciais (89 %), e que a devandita lei debería estar acordada entre a Unión Europea e os Estados membros (49 %). Ademais, unha boa parte dos cidadáns que opina que a regulación dos estándares de BA debería ter un enfoque conxunto entre o sector comercial e as autoridades públicas (43 %). Non obstante, tamén existe unha parte dos enquisados que prefire que as autoridades públicas antes que as privadas sexan as responsables da devandita regulación (40 %).

Con respecto aos estándares internacionais de BA, existe unha gran proporción de cidadáns europeos que están de acordo en que os produtos procedentes de fóra da UE deberían respectar os mesmos requirimentos de BA que os que se aplican na UE (62 %). Tamén opinan que é importante establecer estándares que sexan recoñecidos en todo o mundo e que a UE debería facer máis para promover unha maior concienciación sobre o BA a nivel internacional.

Segundo este Eurobarómetro, os cidadáns europeos recoñecen que un prezo especial se xustifica para os produtos animais respectuosos co benestar animal e unha parte importante deles están preparados para pagar máis por produtos procedentes de sistemas de produción respectuosos co benestar (59 %). Máis da terceira parte dos enquisados (35 %) estaban dispostos a pagar un 5 % máis; con todo, unha porcentaxe idéntica non estaba disposta a pagar máis.

A evolución desde o anterior Eurobarómetro indica que houbo un cambio de opinión, con moitos dos cidadáns entrevistados que consideraron que non existe a suficiente oportunidade de produtos animais respectuosos co benestar en tendas e supermercados (47 %), o cal representa un incremento con respecto á enquisa anterior de 2006. Ademais, só unha parte dos cidadáns entrevistados buscaba identificar etiquetas respecto diso nes produtos.

▶ UN DOS OBXECTIVOS DA INVESTIGACIÓN ACTUAL [...] DEBE SER POÑER A PUNTO PARÁMETROS E METODOLOXÍAS CIENTÍFICAS PARA DETERMINAR, AVALIAR E MELLORAR O BA

Dentro do proxecto Welfare Quality®, nunha sondaxe sociolóxica realizada en varios países da UE apareceron tres grandes tipos de posicionamentos sobre o BA:

- A postura escandinava, que o considera un problema importante e de ámbito estatal con solucións políticas onde en xeral os consumidores teñen pouca influencia.
- A británica e holandesa, pero cara á que tenden tamén os franceses, onde o consumidor desempeña un papel fundamental polas súas compras sobre o mercado.
- A posición meridional e de Hungría, onde o BA é moi interesante, pero inclúeno nun contexto máis amplo como a calidade da alimentación, a seguridade dos produtos etc.

CRISES ALIMENTARIAS

É evidente que as crises alimentarias afectaron de maneira especial á percepción sobre o BA. A conciencia crítica a todos os niveis (consumidores, empresas, distribuidores, gobernos, asociacións etc.) como consecuencia das sucesivas alarmas alimentarias (dioxinas, gripe aviaria, encefalopatías esponxiformes, nitrofuranos etc.) sensibilizaron o consumidor, que lles esixiu transparencia ás institucións e garantías e controis exhaustivos na seguridade alimentaria capaces de devolverlles a confianza perdida e evitarlles novos sobresaltos.

Tamén existen algunhas puntualizacións interesantes sobre a actitude dos consumidores cara ao BA que habería que comentar, xa que mostra unha clara disociación ▶▶

entre o cidadán e a actividade gandeira, reflectidas en diferentes estudos de opinión (Peeling, 2004; Welfare Quality, 2007, Clark *et al.*, 2019):

- Están cada vez máis preocupados e sensibilizados cara ás condicións de vida dos animais en toda a cadea produtiva e na trazabilidade dos produtos (da granxa á mesa).
- Asocian o BA co medio ambiente principalmente nos países do norte de Europa.
- Os consumidores víveno de forma diferente no mundo rural e urbano.
- Están desinformados das prácticas gandeiras e dos ciclos de produción, asociándoo fundamentalmente aos animais vivos en explotacións extensivas.
- Teñen rangos de prioridades, antes que o BA impórtalles máis a seguridade alimentaria e a calidade dos produtos e na medida que aumenta o seu poder adquisitivo compaxínano co respecto ao medio ambiente e a unha agricultura sustentable. Se este poder adquisitivo non é elevado, o parámetro fundamental da compra é o prezo.
- Considéranos unha mostra do compromiso ético e da calidade dos provedores e un elemento máis de calidade alimentaria, con outras características do produto como orixe, tradición, beneficios ambientais e produción orgánica.
- Non valoran por igual o BA en todas as especies, en xeral cren que os ruminantes teñen mellor vida que as aves e os porcinos.
- En principio preferirían pagar máis por produtos pecuarios alternativos ou por produtos obtidos por métodos non tradicionais, e nalgúns casos mesmo poden chegar a definir os mercados.
- Non reflicten nos seus hábitos de compra a vontade que manifestan nas enquisas, presumiblemente por que o tipo de pregunta ou a súa orientación determínalles cara a unha resposta concreta.
- Son facilmente manipulables pola publicidade e os medios de comunicación (por exemplo, en probas cegas non son capaces de diferenciar produtos obtidos por diferentes métodos de produción).
- Confían para informarse principalmente noutros consumidores, organizacións de BA, asociacións ecoloxistas, agricultores, científicos,

governos, supermercados e industrias alimentarias, nesta orde.

- A maior nivel cultural máis lles atrae este tema, aínda que os consumidores do sur de Europa están aínda máis interesados nas calidades gastronómicas dos produtos que no BA.
- As preferencias e os patróns de consumo de carne por especies son moi variados en Europa, xa que a elección do produto, ademais de polo prezo (e o poder adquisitivo dos consumidores), depende doutras variables específicas coma as tradicións, a cultura, a publicidade, factores ecolóxicos-ambientais etc.
- Esixen información, campañas publicitarias, etiquetaxe e controis que aseguren a calidade do produto final por parte das empresas, gandeiros e Administración.

A IMPORTANCIA DA CIENCIA DO BENESTAR ANIMAL

Con base no desenvolvido neste artigo poderíase concluír que aínda son moitos os esforzos necesarios para facerlles chegar aos consumidores a información que requiren sobre o sistema de produción dos alimentos e asegurar a transparencia no proceso de produción de alimentos de orixe animal.

Os cambios na concienciación pública deberían ir da man dunha educación (pois tamén inflúe na percepción do benestar animal) e, por tanto, do coñecemento resultante da investigación científica relacionada co benestar dos animais. A ciencia do benestar animal converteuse nunha disciplina ben establecida por dereito propio, ampliando en gran medida a nosa comprensión das necesidades fisiolóxicas dos animais e dos seus estados emocionais positivos e negativos, e os medios para responder adecuadamente a eles dentro das prácticas de interacción humano/animal.

Por estas razóns, un dos obxectivos da investigación actual en benestar animal debe ser poñer a punto parámetros e metodoloxías científicas para determinar, avaliar e mellorar o benestar dos animais. Aínda que estes obxectivos pertencen ao ámbito das ciencias biolóxicas, hoxe entendemos que o estudo do benestar animal inclúe tamén aspectos sociolóxicos e económicos. ■

▶ A CIENCIA DO BENESTAR ANIMAL CONVERTEUSE NUNHA DISCIPLINA BEN ESTABLECIDA POR DEREITO PROPIO

BIBLIOGRAFÍA

- Clark B, Panzone LA, Stewart GB, Kyriazakis I, Niemi JK, Latvala T, *et al.* (2019) Consumer attitudes towards production diseases in intensive production systems. *PLoS ONE* 14(1): e0210432
- Comisión Europea (2005). Encuesta Eurobarómetro especial 229. Attitudes of consumers towards the welfare of farmed animals.
- Comisión Europea (2006). Encuesta Eurobarómetro especial 270. Attitudes of consumers towards the welfare of farmed animals.
- Comisión Europea (2016). Encuesta Eurobarómetro especial 442. Attitudes of Europeans towards animal welfare.
- Martine, H. (2005). El consumidor y el bienestar "De la psicosis a la toma de conciencia". *Revista Americane & FIFRA*, 6 (11): 21-25.
- OIE (2004). Proceedings of the Global Conference on Animal Welfare. An OIE Initiative. Paris, 23-25 February. OIE (2008). 2ª Conferencia mundial de la OIE sobre Bienestar animal. El Cairo. Egipto.
- Peeling, D. (2004). Atributos éticos del Bienestar Animal: la perspectiva de los consumidores. *Actas del seminario La institucionalización del Bienestar animal*, un requisito para su desarrollo normativo, científico y productivo, 153158, Santiago de Chile 11-12 de noviembre. Disponible en: http://www.sag.cl/sites/default/files/bienestar_animal_espanol_dic_2005.pdf
- WelfareQuality (2007). Encuesta sobre consumo y Bienestar animal. Disponible en: www.welfarequality.net. Último acceso: enero-2019.
- Welfare Quality (2008). Animal Sciences Group of Wageningen-UR. Edelhertweg 15, Lelystad. The Netherlands.