



Análisis sobre atributos de calidad subjetiva en carne de cerdo mediante técnicas de Qualitative Data Analysis (QDA)

Aulicino, J.Ma.^{1,2}; Damico, A.B.^{1,2}.

¹ Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

² Instituto de Investigación sobre Producción Agropecuaria Ambiente y Salud.

Ruta Prov. 4 Km 2. Llavallol – Buenos Aires- Argentina.

e-mail: jmaulicino@gmail.com



INTRODUCCIÓN

Durante muchos años, en el imaginario popular, la carne de cerdo fue considerada como un alimento “pesado”, una carne “grasosa”, con un contenido “muy alto de calorías”, y aún un alimento “peligroso” con posible asociación con enfermedades y parásitos, existiendo mitos y paradigmas que no favorecen la expansión de su ingesta (Marotta, 2004). Evaluar la presencia de dicho discurso sobre la carne de cerdo es condición *sine qua non*, para elaborar estrategias de comunicación efectivas.

El QDA sobre datos no estructurados posibilitan indagar en los discursos, exponiendo las estructuras subyacentes de valoración de atributos de calidad subjetiva. El presente trabajo, es parte de uno de mayor, orientado hacia la determinación del Desarrollo de la Función Calidad en cárnicos.

MATERIALES Y MÉTODOS

El trabajo se llevó a cabo en la región metropolitana bonaerense durante marzo 2018. Los materiales fueron 20 indagaciones con preguntas abiertas orientadas, alcanzando punto de “saturación teórica”, acorde a la Ground Theory. La muestra se compensó por género y nivel socioeconómico C amplio (AAM: 2006). Se administró personalmente mediante Google Forms. Las respuestas se clasificaron en: atributos positivos (A+) y negativos (A-). Se obtuvieron frecuencias de palabras (*fp*), eliminando las “vacías de significado”. Los datos fueron procesados con software NVivo 11 Edición Pro de QSR International.

RESULTADOS

Del discurso surgen *fp* para los A - y A + de la carne de cerdo. El grado de asociación por *fp* de A- expresa en cuatro clusters, y son: del “sistema productivo”, 6,21%; del “contenido lipídico, colesterol y fama del producto”, 11,27%, y los dos últimos, de bajo peso para el “sabor”, 1,15% y “precio”, 0,69% (Figura 1).

Figura 1. Cluster de A- por *fp*

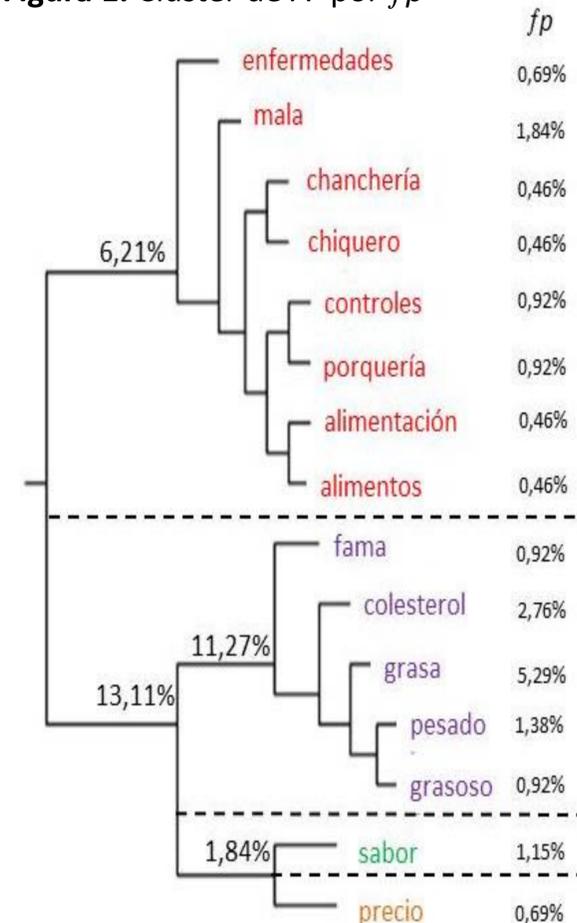
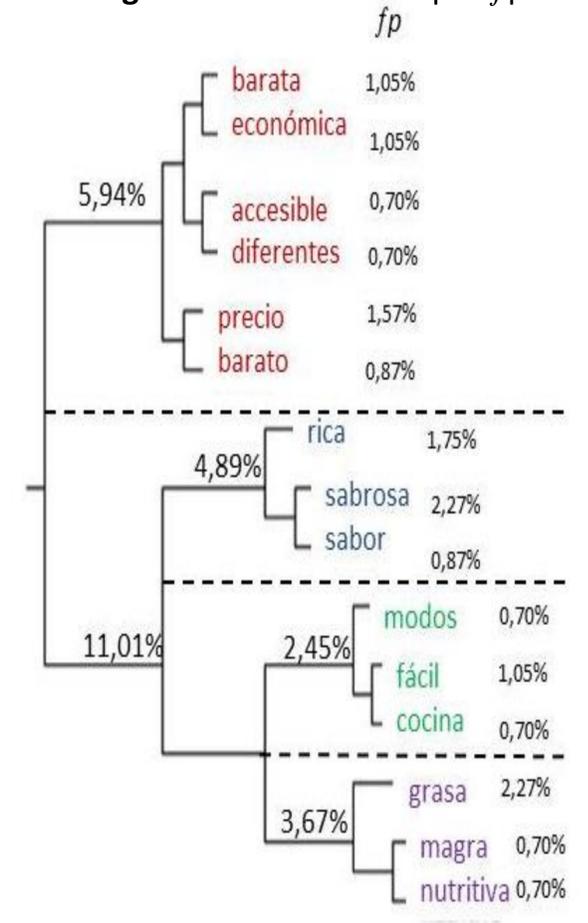


Figura 2. Cluster de A+ por *fp*



El grado de asociación por *fp* de A + también resultó en cuatro clúster, siendo en este caso: sobre el “precio y cortes carniceros”, 5,94%; de sus “características organolépticas”, 4,89%; de sus “aptitudes culinarias”, 2,45%; y de su “condición lipídica y nutricional”, 3,67% (Figura 2).

CONCLUSIÓN

Coexisten discursos sobre la carne de cerdo, predominando los A- con 19,32% de cobertura vs 16,95% de A+.

Los A- predominantes son: “contenido lipídico, colesterol y mala fama”. Los A+ son “precio y cortes carniceros” con 5,94% y su “sabor” con 4,89% de cobertura del discurso.

