



Universidad  
Internacional  
de Andalucía

## TÍTULO

**ESTUDIO SOBRE VARIEDADES LOCALES EN LA AMAP PORTO  
CONSERVACIÓN Y REVALORIZACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD  
CULTIVADA ENTRE PERSONAS PRODUCTORAS, CONSUMIDORAS Y  
MOVIMIENTOS SOCIALES**

## AUTOR

**Tiago Luís Abreu Pinho**

	<b>Esta edición electrónica ha sido realizada en 2025</b>
Tutora	Dra. Isabel Vara Sánchez
Instituciones	Universidad Internacional de Andalucía; Universidad de Córdoba
Curso	<i>Máster Universitario en Agroecología: un Enfoque para la Sustentabilidad Rural (2022/23)</i>
©	Tiago Luís Abreu Pinho
©	De esta edición: Universidad Internacional de Andalucía
Fecha documento	2023



Universidad  
Internacional  
de Andalucía



**Atribución-NoComercial-SinDerivadas  
4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)**

Para más información:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en>

## **Trabajo Fin del Máster**

Máster Universitario en Agroecología: un Enfoque para la Sustentabilidad Rural

Universidad de Córdoba – Curso Académico: 2022/2023

### **Estudio sobre variedades locales en la AMAP Porto: conservación y revalorización de la biodiversidad cultivada entre personas productoras, consumidoras y movimientos sociales**

Autor: Tiago Luís Abreu Pinho

Tutora: Isabel Vara Sánchez

**Septiembre 2023**

**Título:** Estudio sobre variedades locales en la AMAP Porto: conservación y revalorización de la biodiversidad cultivada entre personas productoras, consumidoras y movimientos sociales

**Autor:** Tiago Luís Abreu Pinho

**Tutora:** Isabel Vara Sánchez

### **Resumen:**

#### **ES**

El trabajo de investigación se plantea como una aproximación a la cuestión de la conservación de las variedades tradicionales frente a la actual erosión genética de la biodiversidad cultivada en Portugal. Se realiza a través de un estudio de caso que tiene como contexto un colectivo autogestionado agroecológico formado por personas productoras y consumidoras, y que se reconoce como una alternativa para la producción y distribución de alimentos en la ciudad de Porto, la AMAP Porto.

Por medio de la investigación social, y utilizando técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa, se pretende identificar y analizar la existencia de preservación y utilización de variedades tradicionales por parte de las personas productoras, buscando comprender las motivaciones y percepciones que las llevan a utilizar y guardar semillas para sus cultivos, así como identificar los usos y representaciones asociados a las mismas. Además, se acerca a identificar el grado de conocimiento, consumo y motivación por parte de las personas consumidoras, los posibles problemas que existen para su producción y consumo y qué dinámicas existen para superarlos. La percepción del papel que puede jugar la conservación y uso de variedades tradicionales para contribuir a mejorar la soberanía alimentaria y el papel y contribución que AMAP como colectivo puede aportar a tales causas y luchas son cuestiones que se resaltan en la presente investigación.

#### **EN**

The research work is conceived as an approach to the subject of the conservation of traditional varieties against the current genetic erosion of agricultural biodiversity in Portugal. It is conducted through the study of an agroecological self-managed collective formed by producers and consumers, and which is organised as an alternative for the production and distribution of food in the city of Porto, the AMAP Porto.

Through social research, and using quantitative and qualitative research techniques, the objective is to identify and analyse the existence of conservation and use of traditional varieties by producers, seeking to understand the motivations and perceptions that lead them to use and save seeds for their crops, as well as to identify the uses and representations associated with them. It also aims to identify the degree of knowledge,

consumption and motivation on the consumers' side, as well as the possible problems that exist for their production and consumption, and the dynamics that exist to overcome them. In addition, this research focuses on the perception of the role that the conservation and use of traditional varieties can play in contributing to the improvement of food sovereignty and the role and contribution that AMAP as a collective can make to such causes and actions.

## **PT**

O trabalho de investigação apresenta-se como uma abordagem à temática da conservação das variedades tradicionais face à actual erosão genética da biodiversidade cultivada em Portugal. A sua realização é feita através de um estudo de caso que toma como contexto um colectivo agroecológico autogerido, formado por produtores e consumidores, e que é visto como uma alternativa para a produção e distribuição de alimentos na cidade do Porto, a AMAP Porto.

Por meio de uma investigação social, e recorrendo a técnicas de investigação quantitativas e qualitativas, pretende-se identificar e analisar a existência de preservação e utilização de variedades tradicionais por parte dos produtores, procurando compreender as motivações e percepções que os levam a utilizar e guardar sementes para as suas culturas, bem como identificar os usos e representações que lhes estão associados. Pretende-se ainda identificar o grau de conhecimento, consumo e motivação por parte dos consumidores, os eventuais problemas que existem para a sua produção e consumo, e que dinâmicas existem para os ultrapassar. Para além disso, tem-se em conta a percepção do papel que a conservação e utilização das variedades tradicionais pode ter na contribuição para a melhoria da soberania alimentar e o papel e contributo que a AMAP, enquanto colectivo, pode dar para essas causas e lutas.

**Palabras clave:** agroecología, biodiversidad cultivada, variedades tradicionales, AMAP, semillas libres, canales cortos de comercialización, recursos fitogenéticos, Portugal

## **Agradecimientos**

Me gustaría dar las gracias a todas las personas que me apoyaron de diferentes maneras en la realización de este trabajo.

A los compañeros de AMAP, especialmente al equipo dinamizador, por su apoyo y disposición desde el primer momento para ayudar y participar en esta investigación; así como a todas las personas productoras y coproductoras que accedieron a participar en el estudio y que compartieron su tiempo y opiniones para hacer posible esta investigación.

A mi tutora, Isabel Vara Sánchez, por su orientación en el trabajo; así como a los distintos profesores y profesoras del máster que me ayudaron a elegir y perfilar el tema del trabajo cuando aún no existía.

A mi familia y amigos.

Obrigado!

## Índice

1. Introducción, justificación del tema, revisión, antecedentes de investigación.....	7
2. Objetivos .....	9
3. Metodología .....	9
3.1. Enfoque metodológico.....	9
3.2. Plan de trabajo .....	12
4. Marco teórico .....	17
4.1. Los recursos fitogenéticos y la biodiversidad cultivada.....	17
4.2. Variedades tradicionales .....	19
4.3. El modelo agrícola actual y erosión genética.....	20
4.4. Control globalizado de las semillas.....	22
4.5. Legislación de los recursos fitogenéticos.....	23
4.6. La ley de las semillas en Portugal .....	24
4.7. AMAP y colectivos autogestionados de consumo, canales cortos de comercialización.....	25
5. Resultados .....	26
5.1. Presentación del caso de estudio: AMAP de Porto.....	27
5.2. La conservación de la biodiversidad cultivada en la AMAP de Porto.....	30
5.3. Perspectivas sobre el sistema agroalimentario actual y su relación con las variedades tradicionales .....	38
5.4. Consumidor (acciones, motivaciones y conocimientos).....	41
5.5. Las personas productoras y sus cultivos .....	55
5.6. Luchas sociales, movimientos y grupos de preservación de semillas.....	60
5.7. Variedades tradicionales .....	64
6. Conclusiones .....	81
7. Bibliografía.....	84
Anexos.....	91
Anexo 1 – Encuesta para las personas coproductoras sobre el conocimiento y consumo de variedades locales .....	91
Anexo 2 - Guiones para las entrevistas .....	95

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1 - Representación de los Centros de Origen definidos por N. I. Vavilov...	18
Ilustración 2 - Representación (más comúnmente utilizada en la actualidad) de las Regiones Primarias de Diversidad.....	19

## Índice de gráficos

Gráfico 1 – Respuestas a la pregunta ¿Dónde compra o adquiere los productos agrícolas habitualmente?.....	43
Gráfico 2 - La importancia de los siguientes aspectos cuando vaya a comprar productos agrícolas.....	44
Gráfico 3 - Las razones por las que consume variedades tradicionales de productos agrícolas.....	47
Gráfico 4 - Las razones por las que no consume variedades tradicionales de productos agrícolas.....	48

## Índice de tablas

Tabla 1 - Personas entrevistadas.....	16
---------------------------------------	----

## 1. Introducción, justificación del tema, revisión, antecedentes de investigación

Las variedades agrícolas tradicionales en su forma más simbólica (la semilla) tienen un valor que va mucho más allá de su valor agronómico. Representan una herencia de comunidades y generaciones anteriores, y son fruto de un proceso de coevolución comunidad-naturaleza que ha existido desde el inicio de la domesticación de los cultivos. Estas variedades representan, por tanto, un valor intrínseco en sí mismas, no sólo para la producción de alimentos, sino también de relevante valor social, cultural, histórico y de conocimiento. En el plano agroalimentario, son un bien fundamental para alimentar a una parte considerable de la población mundial, ya que histórica y culturalmente están asociadas a la agricultura local, familiar y campesina, y a un modelo de producción más respetuoso con el medioambiente.

Considerando estos valores y representaciones presentes "detrás" de una semilla, el estudio de las variedades tradicionales es pues de notable importancia para contribuir a su preservación, valorización y defensa frente a la acelerada erosión genética que se viene produciendo desde el siglo XX. Estos procesos de erosión, desarrollados en el curso de una lógica mercantilista asociada al sistema económico-político dominante, tuvieron uno de sus puntos clave en la quiebra de las semillas retratada en (Kloppenburger, 1988). Esta quiebra de la semilla, fruto de la búsqueda incesante de la industria por eliminar el carácter dual que representa una semilla (es decir, su condición de alimento y de medio de producción) ha provocado enormes retrocesos en la preservación fitogenética, agravando la erosión genética. Esta erosión está directamente relacionada con la destrucción sistémica de nuestros ecosistemas y de los conocimientos y derechos asociados a las semillas. La ruptura de la barrera biológica ha conducido a la masificación de las variedades híbridas de laboratorio y de propiedad privada en detrimento de las variedades tradicionales, relegadas desde entonces a los márgenes del panorama agrícola, y a la concentración de la propiedad y del poder sobre las semillas en un grupo muy reducido de conglomerados económicos.

Simultáneamente a este proceso, se produjo otro factor importante, la acumulación por desposesión (Harvey, 2003), en el que la semilla (y los demás medios de producción agrícola) se consideran simplemente una mercancía y la actividad agrícola se separa progresivamente de sus medios. Las personas agricultoras (productoras) se ven así separados de sus medios de producción, es decir, de las semillas, la tierra, los animales, la maquinaria, los insumos; y dependen por tanto de terceros que les suministran los medios.

Esta interseccionalidad de factores es, por tanto, extremadamente importante cuando se trata de la amenaza que pesa sobre las variedades tradicionales y de la pérdida y destrucción de los conocimientos tradicionales asociados a ellas. Por ello, en un enfoque agroecológico de un proceso de transición hacia la soberanía alimentaria, se convierte en necesario *“generar una soberanía de las semillas, y para ello es necesario que se dé una*

*reapropiación de los recursos y una rearticulación de los procesos sociales, económicos, políticos, legales, productivos y ecológicos que conforman el entramado soporte para el uso y gestión del bien común que es la semilla” (Collado et al., 2012, p. 93).*

En cuanto al país en el que se realiza el estudio, hay que destacar también las motivaciones de la investigación asociadas al ámbito en cuestión. Así, la utilización del concepto y del enfoque agroecológico en Portugal es todavía relativamente reciente y ha sido sobre todo en la última década cuando más se ha avanzado en la utilización de este enfoque, tanto en el ámbito de la investigación científica como en la creación de propuestas de alternativas al sistema agroalimentario globalizado (Soria, 2016). Sin embargo, y posiblemente relacionado con el hecho de que Portugal se encuentra en una zona de elevada agrobiodiversidad, el uso y la conservación de variedades tradicionales (así como otros abordajes agroecológicos) era una práctica común en la agricultura portuguesa hasta hace unas décadas.

De este modo, estos fueron los puntos de partida y la motivación para llevar a cabo este proyecto de investigación. Así, e inspirados por el papel que los circuitos cortos de comercialización pueden desempeñar en la transición agroecológica de los agroecosistemas actuales, surgió la idea y la motivación de tener como objeto de este estudio un colectivo de consumo autogestionado, en este caso concreto una AMAP. Por AMAP se entiende un grupo de consumo de producción agroecológica, que une a personas productoras y consumidoras a través de una lógica de compromiso, apoyo y solidaridad entre sus miembros, y cuya máxima es constituir una red de agricultura de proximidad apoyada por la comunidad.<sup>1</sup>

Cabe por fin mencionar también otro factor que ha motivado el planteamiento de este trabajo que ha sido la ausencia de bibliografía específica sobre este tema en el contexto de las AMAP, así como el reducido número de estudios a nivel nacional centrados en el carácter social y las dinámicas de preservación de las variedades tradicionales en las redes de semillas, movimientos y colectivos que trabajan en este ámbito. (Farelo, 2018; Guedes, 2022; Marques, 2014; Soria, 2016).

El objeto de estudio es, por tanto, AMAP Porto, y su elección se debió a una serie de factores, en particular el conocimiento previo y la afiliación al grupo de consumo como coproductor, lo que permitió tener contactos preexistentes que, a su vez, posibilitaron un acceso más fácil al grupo. La proximidad geográfica, al estar situado en mi zona de residencia (la ciudad de Porto) fue un criterio añadido en cuanto a la viabilidad del trabajo de campo considerando el tiempo disponible.

---

<sup>1</sup> Como indican en sus nombres dos de los modelos más conocidos: CSA – *Community Supported Agriculture* y AMAP - *Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne*,

## 2. Objetivos

El **objetivo general** de este trabajo es aportar a la comprensión de los procesos de conservación de las variedades tradicionales frente a la profunda erosión actual de la biodiversidad cultivada en Portugal.

Tomando como punto de partida el objetivo general de la investigación, esta se centró en el estudio de caso de AMAP Porto, un colectivo autogestionado formado por personas productoras y consumidoras, que opera como una alternativa agroecológica para la producción y distribución de alimentos.

En este sentido, se definieron los siguientes **objetivos específicos**:

- Prediagnóstico general del estado de las variedades locales en la AMAP Porto, procurando conocer si las personas productoras las usan y en qué grado, que uso les dan, y se conocer si las personas consumidoras las conocen, las piden, las compran y sus perspectivas;
- Comprender las motivaciones y las percepciones que llevan a las personas productoras a utilizar las variedades tradicionales en sus cultivos y a guardar semillas para su posterior siembra, así como identificar los usos y representaciones que se asocian a ellas.
- Aproximación al grado de conocimiento, consumo y percepción por parte de las personas consumidoras que compran y que participan en la AMAP Porto.
- Identificar posibles problemas que se plantean para su producción y consumo y qué dificultades y dinámicas existen en esas prácticas de uso de variedades tradicionales.
- Analizar cómo y cuál es el papel que AMAP Porto, su red y movimientos similares pueden contribuir a la defensa de las variedades tradicionales, la preservación de las semillas libres y la lucha por la soberanía alimentaria.

## 3. Metodología

### 3.1. Enfoque metodológico

Esta investigación tiene un enfoque etnográfico, ya que al tratarse de un estudio descriptivo (Olabuénaga, 2003, p. 62) se permite *“a proporcionar una imagen “fidel a la vida” de lo que la gente dice y del modo en que actúa; se deja que las palabras y acciones de las personas hablen por sí mismas. Los estudios descriptivos se caracterizan por un mínimo de interpretación y conceptualización. Están redactados de modo tal que permiten a los lectores extraer sus propias conclusiones y generalizaciones a partir de los datos”*(Taylor & Bogdan, 2002, p. 153). Su naturaleza es predominantemente

cualitativa, trabajando desde una perspectiva distributiva, empleando la técnica de la encuesta cuantitativa, y desde una perspectiva estructural, recurriendo a técnicas cualitativas como las entrevistas semiestructuradas y la observación participante (Ibáñez, 2016).

La selección de este enfoque combinado y el uso de distintas técnicas se fundamenta en el reconocimiento de que, como señala (Sevilla Guzmán, 2002), la perspectiva distributiva, aunque es útil para obtener cierto tipo de datos, no es suficiente en un contexto de investigación agroecológica, y por ello el uso de una perspectiva estructural "*constituye un elemento central para la agroecología*" al funcionar como "*generadora de discursos para la participación*" y así incorporar a los sujetos sociales en el trabajo de investigación.

En cuanto a la técnica cuantitativa utilizada en este trabajo, se trató de una **encuesta**, cuya población fueron las personas coproductoras<sup>2</sup> (consumidoras) de AMAP Porto. El objetivo de la utilización de esta técnica fue realizar un preanálisis del conocimiento y de los hábitos y preferencias de consumo de las variedades tradicionales de alimentos agrícolas. Teniendo en cuenta las características específicas de esta técnica, su diseño fue cerrado, ya que "*las informaciones que van a ser producidas han de haber sido diseñadas previamente, han de haber sido programadas*" (Ibáñez, 2016, p. 60) y de este modo, el papel de las personas investigadas es de objeto. Se realizó así con esta técnica una encuesta indagatoria y se recurrió a la estadística numérica como método de análisis de los datos obtenidos.

En respecto a la parte logística de la técnica implementada, esta se realizó en formato online debido a las restricciones de tiempo y a la mayor facilidad de acceso a las personas consumidoras a través de este medio, debido a que el único punto de encuentro regular es quincenal durante las entregas y en una ventana de tiempo corta (2 horas por la tarde). Además, tanto las personas productoras como las consumidoras suelen tener una disponibilidad limitada y pasan poco tiempo en el punto de entrega, siendo más un punto de venta para las personas productoras, donde comprueban, preparan y entregan los pedidos; y un punto de paso para las personas consumidoras, que confirman los pedidos de las personas productoras y recogen y pagan el pedido.

Este tipo de técnica, al enmarcarse en una perspectiva distributiva, tiene varias limitaciones en cuanto al tipo de datos obtenidos y a la información que se obtiene de ellos. Siendo "*una operación irreversible e irretroactiva (el que responde no puede preguntar al que pregunta) y el entrevistador impone su lenguaje (el lenguaje de sus amos) al entrevistado*" (Ibáñez, 2016, p. 12) la información a obtener es muy limitada y,

---

<sup>2</sup> Este término se refiere al consumidor, y se utiliza oficialmente en las AMAP de Portugal, dado que su funcionamiento se basa en un contexto de red solidaria y de reparto de responsabilidades y compromisos, asumiendo cada miembro consumidor el papel de coproductor en apoyo de la producción. Una traducción aproximada del nombre al español podría ser "prosumidor" o "proconsumidor".

por tanto, no permite captar datos sobre el proceso sociocultural del entrevistado (Sevilla Guzmán, 2002, p. 22).

En cuanto a la principal técnica de investigación cualitativa utilizada, esta fue **la entrevista semiestructurada**. El recurso a la técnica de la entrevista semiestructurada se debe a la posibilidad que ofrece de obtener discursos motivacionales de las personas entrevistadas, captando la realidad tal y como ellos mismos la ven, la viven y la construyen (Rubio Martín & Varas, 2011), al ser flexible, y permitir que cada entrevista siga la dirección tomada por el entrevistado pudiendo así centrarse en temas que surjan durante la entrevista. (Bryman, 2012).

La población de esta técnica fue las persona productoras y coproductoras de AMAP Porto (lo que incluye a los miembros que integran el equipo de dinamización). Esta técnica se utilizó con el objetivo de identificar e intentar interpretar y comprender las palabras, los discursos, las interpretaciones, las percepciones, las motivaciones, las experiencias y los discursos de los entrevistados. El sujeto de la entrevista es pues” *integrado parcial y transitoriamente*” (Ibáñez, 2016, p. 61) su papel es así de opinión, ya que con esta perspectiva *“aplica la dimensión estructural del componente simbólico: permite decir del lenguaje mediante el lenguaje (investigación de «opiniones»)”* (Ibáñez, 2016, p. 48).

En cuanto al diseño de la muestra, se hizo teniendo en cuenta el reducido número de potenciales entrevistados (6 productores y 33 coproductores) y así se decidió intentar entrevistar a los 6 productores y a un mínimo de 5 coproductores. Por consiguiente, esto condicionó la elección de la muestra, por lo que el principal criterio de muestreo fue la disponibilidad de tiempo y física (geográfica), así como el interés de cada miembro (potencial entrevistado) en participar en el estudio. Como tal, entre las personas productoras sólo hubo uno con el que no fue posible organizar una entrevista, y con las personas coproductoras se realizaron 7 entrevistas. A excepción de la entrevista con el equipo de dinamización, que contó con 3 entrevistadas, todas las demás entrevistas fueron individuales y con una sola persona entrevistada. De las 13 entrevistas, en 10 las entrevistadas fueron mujeres.

Sobre los aspectos logísticos y las limitaciones de la aplicación de esta técnica, el tiempo fue el principal factor limitante, tanto en lo que respecta al calendario como a la cantidad de tiempo disponible para llevar a cabo este trabajo de investigación. El acceso físico a las explotaciones de las personas productoras fue limitado, dada sus disponibilidades y sus apretadas agendas. La distancia y el difícil acceso a las tierras de algunos de las personas productoras, debido a su ubicación en otra región y a la falta de vehículo propio y/o transporte público para llegar hasta allí, fue otro factor importante.

El proceso de concertación de entrevistas a veces se demoró debido a la tardanza en recibir información y a la falta de respuesta de algunos miembros. Teniendo en cuenta que uno de los factores logísticos importantes para una entrevista semiestructurada es el hecho de que sea presencial, desde el principio se intentó que todas las entrevistas fueran

presenciales. Esta opción resultó extremadamente difícil de llevar a cabo debido a los factores antes mencionados. Por ello, se decidió realizar las entrevistas en persona al mayor número posible de productores. Sin embargo, al tratarse de otro factor logístico importante, hubo una disponibilidad limitada para las entrevistas presenciales por parte de las personas productoras, por lo que en algunos casos se realizaron online, o alternativamente por teléfono en los casos en los que no había conexión a internet o ésta era inestable por parte de los entrevistados.

El análisis de los datos obtenidos por medio de esta técnica se ha realizado mediante un enfoque de análisis permanente, teniendo en cuenta que “*el análisis de los datos es un proceso en continuo progreso en la investigación cualitativa*”(Taylor & Bogdan, 2002, p. 158).. La información se procesó a lo largo de la ejecución de esta técnica, utilizando una categorización de temas a investigar inicialmente identificados y que se fueron refinando a medida que avanzaba el análisis.

### **3.2. Plan de trabajo**

El plan de trabajo de esta investigación se estructuró en tres fases diferentes: aproximación al caso de estudio, investigación en campo y análisis de resultados.

#### **a) Fase de aproximación al caso de estudio.**

Esta fase ha servido para enmarcar la investigación y el diseño del trabajo del campo. Esta fase tuvo lugar de mayo a junio de 2023, y durante ella se realizó un acercamiento al tema de estudio y un primer contacto informal con los sujetos del estudio, con el fin de planificar y diseñar la investigación. (Hernández, 2023; Quivy & Campenhoudt, 2005)

Para ello se utilizaron distintos métodos exploratorios, que se desarrollaron en paralelo y fueron: contacto con informadores clave y el trabajo bibliográfico. Este primer contacto con informantes clave se inició a través de una de las productoras con la que ya existía un buen contacto y que posteriormente me puso en diálogo con el equipo dinamizador de AMAP, dado que desempeña un papel crucial en la coordinación de las actividades administrativas, de gestión y coordinación de AMAP. El contacto establecido con el equipo dinamizador (formado por tres miembros) permitió desarrollar la propuesta de investigación a través de sus aportaciones, especialmente en lo que se refiere al acercamiento hacia los miembros (personas productoras y coproductoras) y a la definición del formato más adecuado para llevar a cabo el trabajo de campo. Las conversaciones preparatorias también permitieron mejorar y aclarar la definición de las preguntas de investigación a tratar y del enfoque del tema de estudio.

Con respecto a la revisión bibliográfica, se trató de buscar y revisar materiales y documentación sobre los temas de interés para la investigación, concretamente: agroecología, investigación social, sociología rural, recursos fitogenéticos, biodiversidad cultivada, variedades tradicionales y colectivos/redes de semillas, legislación sobre

recursos fitogenéticos y circuitos cortos de comercialización. El punto de partida para el abordaje de cada uno de estos temas fue la revisión de los materiales estudiados durante la maestría, considerando que todos estos contenidos habían sido abordados durante las clases.

Para la agroecología, la contextualización de las distintas dimensiones, enfoques y metodologías para una transición agroecológica y una investigación social rural resultaron fundamentales. En cuanto a la biodiversidad cultivada y los recursos fitogenéticos, fueron importantes los conceptos de agrobiodiversidad, las regiones de origen de las plantas cultivadas y la documentación de la FAO al respecto. En cuanto a las variedades tradicionales, ha sido importante el estudio de las diferentes características y valores que históricamente tienen para las poblaciones y comunidades, en relación con el concepto de diversidad biocultural. De igual modo, resultó relevante trabajar con documentación, estudios e informes sobre legislación, apropiación y control de semillas. Para los circuitos cortos de comercialización, se buscó estudiar su concepto y formas de funcionamiento, especialmente los modelos similares al objeto de estudio, es decir, las AMAP y los colectivos de consumo autogestionados. Con este fin, se realizó una búsqueda y revisión bibliográfica sobre las AMAP en Portugal, buscando comprender sus orígenes e historia, así como las motivaciones que llevaron al surgimiento de este tipo de colectivos. El hecho de pertenecer ya a este colectivo también me proporcionó un mejor conocimiento como resultado de mi experiencia personal de participación en el grupo.

Como soporte orientativo durante el diseño de la investigación, se plantearon las siguientes cuestiones para orientar y enfocar el trabajo de investigación a realizar:

- ¿Hay preservación y uso de variedades tradicionales por parte de las personas productoras de AMAP, y conocimiento, consumo y motivación por parte de las personas coproductoras?
- ¿Puede la preservación y el uso de variedades tradicionales contribuir a mejorar la soberanía alimentaria y los circuitos cortos de proximidad en la región?
- ¿Qué papel y contribución puede aportar AMAP en la lucha por la soberanía alimentaria y la defensa de las variedades tradicionales?

#### **b) Fase de investigación en campo**

En esta fase se desarrolló una investigación exploratoria, con la realización del trabajo de campo empleando técnicas cuantitativas y cualitativas con vistas a la obtención y tratamiento de los datos para el estudio. Esta fase incluyó la realización de entrevistas de diagnóstico con las personas productoras, consumidoras y dinamizadoras, la participación en actividades y espacios de toma de decisión (días de entrega y asamblea) y visitas a fincas.

El trabajo de campo tuvo lugar entre junio e inicio agosto de 2023 y consistió en las siguientes técnicas de recogida de datos: una encuesta online para las personas

coproductoras (técnica cuantitativa), entrevistas semiestructuradas con las personas productoras y coproductoras (técnica cualitativa), así como observación directa, ya que como miembro del grupo participé en las jornadas de recogida correspondientes al trimestre en curso y en una asamblea extraordinaria.

En cuanto a la perspectiva distributiva de este trabajo, explorada en el formato de encuesta, su construcción comenzó con el desarrollo del guion y la elección del tipo de datos e información que buscaba obtener. Se formularon preguntas iniciales de carácter demográfico (sexo y grupo de edad) para caracterizar al entrevistado, en tanto que las preguntas restantes se centraron en los temas clave que se iban a tratar: hábitos de consumo, criterios de consumo y percepciones y uso relativo a las variedades tradicionales. El tipo de preguntas utilizadas varió según el tema abordado, utilizándose: respuesta cerradas y mixtas, elección múltiple, y uso de escalas (“nada, poco, mucho” y “de nada importante a extremadamente importante”, “de nada relevante y extremadamente relevante”). El guion del cuestionario se encuentra en los Anexos. Se han recibido 19 respuestas dentro de un universo de personas coproductoras (basado en la media de los dos trimestres anteriores) correspondiente a 33 personas. Una explicación más detallada de estas cifras se expone en el epígrafe 5.1.

Para la aplicación de la técnica de la entrevista semiestructurada, se realizaron un total de 13 entrevistas, 5 de ellas a personas productoras, 7 a personas coproductoras y una al equipo dinamizador cuyas integrantes son tanto productoras como coproductoras. En el caso de las personas productoras, las entrevistas se centraron en: motivaciones, manejo y variedades de cultivo utilizadas, percepciones de las variedades tradicionales, su relación con el paisaje agrario y el entorno socioeconómico, y tuvieron una duración de 60-70 minutos. Mientras que, en el caso de las personas coproductoras, se centraron en: motivación y organización del consumo, conocimientos y sus percepciones de las variedades tradicionales, y duraron entre 30-45 minutos. En la entrevista con el equipo dinamizador, los temas explorados fueron: dinamización, relación de la AMAP con los asociados y la población en general, instituciones públicas, colectivos y movimientos sociales sobre el tema de las variedades tradicionales, en un intento de obtener la perspectiva del grupo como equipo con respecto a la administración, gestión y coordinación del trabajo de la AMAP Porto. Esta entrevista sirvió para identificar y consolidar posibles puntos de vista e informaciones sobre la realidad que pudieran no haber sido tratadas en profundidad en las entrevistas con las personas productoras y/o coproductoras.

Según el papel de los entrevistados (personas productoras, coproductoras, dinamizadoras) se definieron tres guiones de temas a tratar en las entrevistas, que sirvieron de orientación en la preparación y conducción de las mismas. La estructuración de los temas y las preguntas clave se basó en los objetivos del trabajo y las preguntas de investigación. Teniendo en cuenta el carácter de análisis permanente que una investigación cualitativa debe tener (Taylor & Bogdan, 2002) y el hecho de que *“con cada entrevista no sólo ganamos experiencia sobre la técnica en cuestión, sino también sobre el tema, los informantes y su contexto”* (Arce, 2000, p. 120), algunos de los temas y cuestiones

planteados se modificaron a medida que avanzaban las entrevistas. Los guiones de las entrevistas se encuentran en los Anexos.

Durante la fase de concertación de la entrevista, hubo un proceso de negociación con cada entrevistado sobre la fecha y la hora que se ajustaban a su agenda y al lugar. También se explicó la motivación para realizar la entrevista, su contexto en el trabajo de investigación a realizar y la duración prevista de la misma. Se tuvieron en cuenta factores importantes para el buen desarrollo de una entrevista, como la privacidad del lugar/momento de la entrevista, y posibles ruidos, distracciones y acontecimientos que pudieran distraer al entrevistado. Por ejemplo, el día de la recogida de las cestas podría haber sido una buena oportunidad para realizar las entrevistas, pero este periodo es también un momento de mucho trabajo para las personas productoras y coproductoras, lo que probablemente no habría permitido disponer de un espacio favorable para realizar una entrevista, por lo que se descartó esta opción.

Antes de cada entrevista, se facilitó a la persona entrevistada información previa en la que se explicaba el objetivo de la investigación y de la entrevista, su estructura, duración y el carácter anónimo de la misma. También se presentó al entrevistado un consentimiento informado verbal, en el que se le preguntaba si autorizaba la grabación de la entrevista y que se le daba la libertad de no responder a ninguna pregunta o tema que no deseara. Además, se le agradeció su disponibilidad para participar en la entrevista y contribuir al estudio. Así, bajo la autorización de los entrevistados, las entrevistas se grabaron en audio, con el objetivo de ayudar a registrar el contenido tratado y poder captar así todas las palabras y discursos de los entrevistados (Taylor & Bogdan, 2002, p. 130). Estas se utilizaron durante la transcripción de las entrevistas.

La grabación se hizo utilizando los siguientes programas en función de la modalidad (presencial, videollamada, llamada): aplicación móvil "Voice Recorder", desarrollada por Samsung, programa informático "Grabadora de voz" y Skype, desarrollado por Microsoft. Las transcripciones de los archivos de audio se realizaron manualmente utilizando el programa de acceso libre oTranscribe. El análisis cualitativo de las transcripciones y del trabajo de campo se realizó con el programa de acceso libre Taguette.

A continuación (Tabla 1) se expone cómo se llevaron a cabo las entrevistas, en concreto el código de la entrevista, el tipo de vínculo en la AMAP del entrevistado, la fecha y el medio en lo que se hizo la entrevista:

<b>Código</b>	<b>Vínculo</b>	<b>Fecha</b>	<b>Medio</b>
<b>P1</b>	Productor	13/07	llamada telefónica
<b>P2</b>	Productor	15/07	presencial
<b>P3</b>	Productor	18/07	presencial
<b>P4</b>	Productor	20/07	Presencial + videollamada
<b>P5</b>	Productor	21/07	llamada telefónica
<b>CP1</b>	Coproductor	17/07	videollamada

<b>CP2</b>	Coproductor	18/07	videollamada
<b>CP3</b>	Coproductor	19/07	videollamada
<b>CP4</b>	Coproductor	24/07	videollamada
<b>CP5</b>	Coproductor	26/07	llamada telefónica
<b>CP6</b>	Coproductor	02/08	videollamada
<b>CP7</b>	Coproductor	03/08	llamada telefónica
<b>ED1</b>	Equipo dinamizador	14/07	videollamada

Tabla 1 - Personas entrevistadas.

Fuente: elaboración propia

Además de las entrevistas, se recogió información de otras fuentes a través de observación participante, a saber: participación en actividades relacionadas con el funcionamiento de AMAP, es decir, la jornada de recogida de cestas y la Asamblea Extraordinaria, conversaciones preparatorias informales con el equipo dinamizador y contacto con las personas coproductoras y productoras. La observación participante fue posible de realizar en virtud de mi posición privilegiada como miembro del grupo objeto de estudio y, como tal, esta conexión me facilitó la posibilidad de estar presente en las diversas actividades que tuvieron lugar durante este periodo, así como en los procesos de comunicación y toma de decisiones que se desarrollaron paralelamente. De igual modo, también facilitó el acceso a la documentación sobre el grupo. Los datos, la información y las percepciones obtenidas en el desarrollo de esta técnica se registraron en un cuaderno de campo.

### c) Fase de análisis de resultado

Desarrollada entre mitad de julio y septiembre de 2023, en esta fase se analizó y sistematizó toda la información recopilada durante el trabajo de campo y se expusieron las conclusiones del estudio.

Desde el principio, las entrevistas se analizaron con el fin de distinguir los diferentes tipos de contenido presentes en cada entrevista y así identificar las posiciones de cada informante, en concreto posibles *“asociaciones, oposiciones, correlaciones, comparaciones y contrastes que el propio informante establece entre categorías, valoraciones, ideas, roles”* (Arce, 2000, p. 124).

Como tal, y teniendo en cuenta que la codificación *“es organizar las cosas en un orden sistemático, hacer que algo forme parte de un sistema o clasificación, categorizar”* y que es un acto cíclico y heurístico, en el que buscamos explorar, interpretar y conectar el contenido y su significado (Saldaña, 2016, p. 9), se elaboró inicialmente una lista de códigos y categorías que se utilizarían durante la fase de análisis de los datos de las entrevistas. Éstos se crearon a partir de las preguntas de investigación y los temas clave del estudio incluidos en los guiones de las entrevistas. Sin embargo, a medida que avanzaban las entrevistas, se detectaron nuevas categorías o subcategorías abordadas por los entrevistados y que se revelaban de interés para el estudio. Así pues, la codificación

definida inicialmente se redefinió y reagrupó a medida que avanzaba el análisis de los datos.

Por lo tanto, la metodología de codificación utilizada fue mixta, ya que se emplearon varias técnicas de codificación diferentes: codificación descriptiva, de valor, in vivo y procesual (Leavy, 2014). La combinación de estas diferentes técnicas permitió maximizar el contenido captado en las entrevistas, teniendo en cuenta las diferentes formas y tipos de datos disponibles.

## 4. Marco teórico

### 4.1. Los recursos fitogenéticos y la biodiversidad cultivada

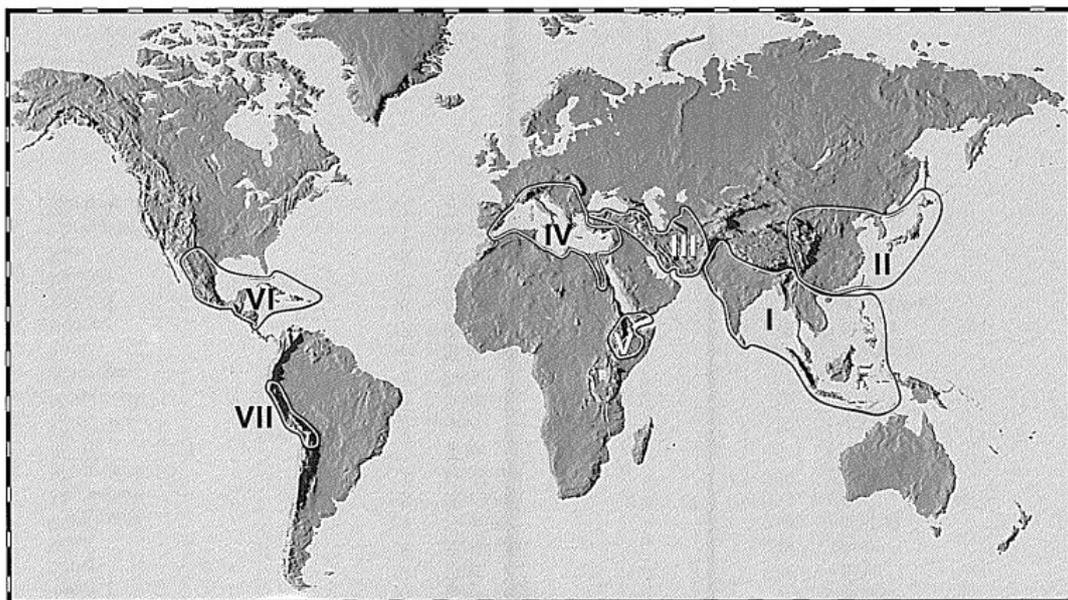
Los recursos fitogenéticos se refieren al material genético de una amplia gama de especies y tipos de plantas: variedades tradicionales y modernas de especies cultivadas de uso corriente y variedades de nuevo desarrollo, parientes silvestres de cultivos y otras especies de plantas silvestres y herbáceas; cultivos en desuso; recursos genéticos especiales de programas de mejora, y fruto de mutaciones (FAO, 2019)

Análogamente, y con relación con este concepto, es también frecuente hablar de agrobiodiversidad o biodiversidad cultivada, que se entiende como *“la variedad y variabilidad de animales, plantas y microorganismos que se utilizan directa o indirectamente para la alimentación y la agricultura, incluidos los cultivos, la ganadería, la silvicultura y la pesca.”* (FAO, 2006, 1999). En el mismo documento se afirma que *“la agrobiodiversidad es el resultado de procesos de selección natural y de la cuidadosa selección e inventiva de agricultores, pastores y pescadores a lo largo de milenios.”* y *“por tanto, los conocimientos y la cultura locales pueden considerarse parte integrante de la agrobiodiversidad, porque es la actividad humana de la agricultura la que configura y conserva esta biodiversidad.”* (FAO, 2006, p. 1)

El papel de la biodiversidad en un ecosistema es esencial para su estabilidad, funcionamiento y mantenimiento, y no se circunscribe únicamente al mantenimiento de las especies, sino que se expresa en múltiples dimensiones heterogéneas (Gliessman, 2002; citado en Vara-Sánchez & Padilla, 2013). En el caso concreto de los agroecosistemas, la biodiversidad es un factor clave para su sostenibilidad, ya que proporciona una serie de servicios ecológicos, como por ejemplo: *“el reciclaje de nutrientes, el control de microclimas locales, la regulación de procesos hidrológicos locales, la regulación de la abundancia de organismos indeseables y la destoxificación de sustancias químicas nocivas”* (Altieri, 1999, p. 309). Es por tanto de vital importancia preservar y mejorar la biodiversidad en los agroecosistemas, ya que sirve de antídoto contra la homogeneización y simplificación de los sistemas agrícolas que presenciamos en la actualidad (Vara-Sánchez & Padilla, 2013).

Aún en lo que respecta a la biodiversidad cultivada, es de particular importancia los estudios y análisis de sus orígenes e historias asociadas. La atención al estudio de los orígenes de las plantas cultivadas se hizo más evidente a partir del siglo XIX (Ferrão et al., 2008), en particular (Humboldt et al., 1807; Candolle, 1883) en el que se empezó a teorizar sobre posibles zonas de origen de determinados cultivos, y cuya teoría se desarrolló posteriormente durante las expediciones por el mundo de Nikolay Vavilov (Vavilov, 1920, 1926).

Estos centros de origen comprendían distintas partes del mundo, especialmente en zonas de clima tropical y subtropical: América Central y México; parte central de los Andes, la cuenca mediterránea, el suroeste de Asia y Oriente Próximo, Asia Central, Etiopía, Asia Oriental, India y el sureste asiático. Estas zonas y su delimitación geográfica han sido posteriormente objeto de modificaciones y de nuevas propuestas formuladas a través de investigaciones y estudios subsiguientes llevados a cabo por la comunidad científica (Harlan, 1971; Zohary et al., 2012), habiendo evolucionado del concepto de centros de origen (definición inicial de Vavilov) (Ilustración 1) a centros de diversidad (definición más actual) (Khoury et al., 2016) e que cubren otras zonas geográficas del planeta (Ilustración 2).



**MAIN CENTRES OF ORIGIN OF CULTIVATED PLANTS**

*I. The Tropical Centre; II. The East Asiatic Centre; III. The Southwest Asiatic Centre (containing (a) the Caucasian Centre, (b) the Near East Centre, (c) the Northwestern Indian Centre); IV. The Mediterranean Centre; V. Abyssinia; VI. The Central American Centre (containing (a) the mountains of southern Mexico; (b) the Central American Centre; (c) the West Indian island); and VII. The Andean Centre.*

*Ilustración 1 - Representación de los Centros de Origen definidos por N. I. Vavilov.*

*Fuente: (Vavilov et al., 1997)*

ORIGINS AND PRIMARY REGIONS OF DIVERSITY OF AGRICULTURAL CROPS

Khoury CK, Achicanoy HA, Björnkman AD, Navarro-Racines C, Guarino L, Flores-Palacios X, Engels JMW, Wiersma JH, Dempewolf H, Sotelo S, Ramirez-Villegas I, Castañeda-Alvarez NP, Fowler C, Jarvis A, Rieseberg LH, and Struik PC (2016). Origins of food crops connect countries worldwide. Proc. R. Soc. B 283: 20160792. DOI: 10.1098/rspb.2016.0792.



Ilustración 2 - Representación (más comúnmente utilizada en la actualidad) de las Regiones Primarias de Diversidad Fuente: (Khoury et al., 2016)

Estos centros de diversidad, o regiones primarias de diversidad según el trabajo realizado por (Khoury et al., 2016) se refieren a zonas que contienen lugares donde los cultivos fueron domesticados por primera vez y, por consiguiente, crearon variabilidad y gran riqueza en relación con las especies silvestres relacionadas con esos cultivos.

En lo que respecta al estudio de caso de este trabajo, es posible observar que Portugal está presente en uno de los centros de origen/diversidad relativos a la Cuenca Mediterránea y al Sudeste de Europa, respectivamente, y de donde proceden especies como "la viña, ajo, garbanzo, coles, nabos, lechuga..." (Marques, 2014, p. 119) y para los que Portugal "es uno de los pocos países de Europa donde aún se producen" (Barata, 2010, p. 4; citada en Marques, 2014, p. 119).

#### 4.2. Variedades tradicionales

Las variedades tradicionales, que también suelen denominarse variedades locales, regionales, campesinas o autóctonas, se refieren a las variedades de plantas que "son el producto de la reproducción o selección llevada a cabo de forma continua, deliberada o no, por los agricultores a lo largo de muchas generaciones" y que "tienden a no ser genéticamente uniformes y contienen altos niveles de diversidad genética". (FAO, 2019, p. 11). Las características de heterogeneidad y variabilidad genética de las variedades tradicionales son un ejemplo de "la habilidad humana para aprovechar las condiciones particulares y específicas de su entorno local, es decir de cada variación detectada en la

*realidad en la que se vive y de la cual se depende*”, y el mantenimiento y aumento de esta biodiversidad cultivada está estrechamente ligado a la subsistencia y la seguridad alimentaria a lo largo del tiempo (Toledo et al., 2019, p. 33). Además, su particular heterogeneidad y su capacidad de adaptación a las condiciones edafoclimáticas locales les confieren una gran estabilidad frente a las perturbaciones exógenas. (Fernández et al., 2015; citado en Fernández & Sánchez, 2013).

En Portugal, y a pesar de los grandes cambios a los que se vio sometida la agricultura del país a partir de 1960 debido a la Revolución Verde, aún se mantienen algunas prácticas de preservación de la biodiversidad cultivada y cultural enmarcadas en el contexto de la agricultura familiar, especialmente entre la población mayor y rural. (Queiroga et al., s. f.). Según varias investigaciones realizadas a este respecto (Carvalho et al., 2011; Marques, 2014; Soria, 2016; Torres et al., 2013) entre las poblaciones de diversas regiones del país, gran parte de la tradición que aún existe de valorar y conservar semillas de variedades tradicionales se lleva a cabo en un entorno de agricultura familiar y comunitaria destinada al autoconsumo. Curiosamente, las agricultoras que conservan semillas también emplean variedades comerciales (es decir, variedades registradas) para las actividades agrícolas que realizan, con destino a la venta. Así pues, la práctica de la conservación de semillas coexiste con el uso de semillas de "alto rendimiento" (Marques, 2014; Projeto ReSEED, 2021).

Este mantenimiento de las prácticas agrícolas tradicionales en los contextos rurales de determinadas regiones, vinculado también a la utilización de variedades tradicionales, ha marcado a lo largo del tiempo los paisajes de los territorios y ha contribuido a la preservación de la biodiversidad de los ecosistemas (Torres et al., 2013; citado por Queiroga et al., s. f.).

#### **4.3. El modelo agrícola actual y erosión genética**

El modelo agroalimentario actual, tal y como lo presentan (Friedmann & McMichael, 1989), es el resultado de un proceso directamente vinculado al sistema económico capitalista y compuesto por transformaciones sucesivas en su funcionamiento. Este modelo, inicialmente agrario, ha sufrido varios cambios estructurales a lo largo del tiempo, especialmente a partir del siglo XX, mediante la progresiva industrialización de los métodos de producción agrícola y la creciente consideración de los alimentos como una mera mercancía comercial.

Este proceso alcanzó su punto crítico con la Revolución Verde y ha provocado una rápida expansión del alcance de los sistemas agroalimentarios a escala mundial, mediante el desarrollo de sistemas agroalimentarios mundiales basados en una integración progresiva en la organización industrial de la producción, distribución y consumo de alimentos (Cabeza, 2017). Se ha producido una concentración del poder en cada vez más oligopolios agroalimentarios, que pasan a controlar toda la cadena de producción, una cadena que desde entonces se ha desvinculado de sus principales actores, los agricultores. Estos sistemas complejos y largos, a través de acumulación por desposesión (Harvey, 2003)

han llevado a separar el vínculo físico y directo entre la producción y el consumo de alimentos con los territorios y la agricultura (Cabeza, 2021).

Los pilares de tales Sistemas Agroalimentarios globalizados, con su enorme metabolismo social, económico y material, funcionan hoy en día a través de la financiarización del sector, en la que el capital financiero y la especulación son los protagonistas y cuyos centros de gravedad son los macro imperios globales que actúan en los diversos niveles del circuito alimentario (semillas, producción, distribución, venta). Estos imperios no participan realmente en la producción, ya que se limitan a combinar y controlar los recursos ya existentes, casi siempre mediante la asimilación de actores más pequeños/menores de la cadena, lo que les permite así eliminar su competencia en el mercado y al mismo tiempo acumular recursos ya creados. Y así se forman los tan comunes conglomerados económicos que subyugan diferentes sectores económicos bajo un mismo poder (Cabeza, 2017; Naredo & Capilla, 1999; Ploeg, 1990, 2010).

Por consiguiente, este modelo agroalimentario globalizado, junto con otros factores intersectoriales (los rápidos cambios demográficos y la degradación ecológica), ha acentuado el proceso de erosión genética de las plantas cultivadas (Esquinas-Alcázar, 2005). Según el último estudio sobre el estado mundial de la biodiversidad cultivada (FAO, 2019, p. 114) , de las más de 6.000 especies vegetales cultivadas para la alimentación, solo 200 se utilizaban regularmente en la producción de alimentos, y solo 9 de estas especies representaban más del 66% de la producción agrícola mundial en 2014.

Em línea con estos datos, se cree que durante el siglo XX se ha perdido alrededor del 75% de la biodiversidad agrícola. (Pretty, 1995). Además, en los dos informes de la FAO sobre el Estado de los Recursos Fitogenéticos para la Alimentación y la Agricultura en el Mundo (FAO, 1996, 2010) los países participantes mencionan una y otra vez la sustitución de los cultivos tradicionales como causa principal, así como, a un nivel inferior, una legislación y una política inadecuadas.

Por lo que respecta a Portugal, y según el informe nacional que sirvió de contribución al 2º informe de la FAO de 2010 *"en la última década se ha producido una grave erosión genética en varios hábitats portugueses debido a la presión de la urbanización, los complejos turísticos y los campos de golf. (...) En lo que respecta a las variedades locales, la erosión genética se debe a la sustitución de los cultivares tradicionales por cultivares comerciales como, por ejemplo, el uso de híbridos modernos de maíz y trigo. El envejecimiento y la jubilación de los agricultores también contribuyen a la pérdida de cultivares tradicionales y al abandono de los sistemas agrícolas tradicionales (en los que las variedades locales interactúan en policultivo)."* (INIA, 2008, p. 15). El mismo informe ya advertía en el momento de su realización (2008) del riesgo de agravamiento de la situación *"se considera que los próximos cinco años serán cruciales para la conservación de las variedades locales, ya que el número de agricultores tradicionales se reducirá drásticamente"*. (INIA, 2008, p. 15). También se señalan varias acciones de inventario que ya se estaban llevando a cabo sobre algunos de los principales cultivos

nacionales (manzanas, peras, maíz, centeno, judías, aceitunas y uvas), así como la valiosa contribución de las ONG en la labor de inventariar y proteger las variedades tradicionales (INIA, 2008, p. 20).

El impacto de la evidente erosión genética que presenciamos va más allá de la pérdida de biodiversidad y variabilidad genética, y afecta también a los conocimientos tradicionales, provocando una pérdida de conocimientos en la que *“conlleva una disminución de herramientas y técnicas adaptadas a las condiciones locales, ambientales y sociales, que permiten construir agroecosistemas a través de procesos sustentables basados en la amplificación de la diversidad biológica”*. Todas estas pérdidas provocan una erosión que no es sólo genética, sino también cultural (Vara-Sánchez & Padilla, 2013).

#### **4.4. Control globalizado de las semillas**

Vinculado a los grandes cambios que el sistema agroalimentario ha sufrido durante el siglo XX, también se ha producido un cambio impactante en el ámbito de las semillas. Paralelamente al uso progresivo de variedades híbridas y transgénicas para producir alimentos, empezaron a surgir cambios en el control, la idea y el abordaje de la propiedad de las semillas. Las semillas (o recursos fitogenéticos), que se habían caracterizado por ser un recurso gratuito y patrimonio común de la humanidad desde probablemente el propio origen de la humanidad, pasaron a ser tratadas como objetos de propiedad intelectual en un determinado momento entre las décadas de 1980 y 1990 (Aoki, 2009).

A pesar de que los sistemas tradicionales de semillas campesinas siguen proporcionando entre el 70 y el 90% de lo que se planta cada año en muchas partes del Sur global (ETC Group, 2017; GRAIN, 2022). Integrado en la cadena mundial de producción y suministro de insumos, la mitad del mercado de semillas está actualmente controlada por 4 grandes empresas (o conglomerados financieros), que son las mismas que controlan más del 70% del mercado de insumos agroquímicos (fertilizantes, insecticidas, pesticidas, etc.) (ETC Group, 2017; Nyeleni, 2019; Nyeleni et al., 2019). De hecho, los mejoradores comerciales trabajan con sólo 137 especies de cultivos, y únicamente 16 de ellas representan el 86% de la producción mundial de alimentos, en términos energéticos, siendo ellos: cebada, yuca, cacahuete, maíz, mijo, palma aceitera, patata, colza, arroz, centeno, sorgo, soja, remolacha azucarera, caña de azúcar, girasol y trigo (West et al., 2014, p. 385; citado en ETC Group, 2017).

Existen, por tanto, dos realidades contrapuestas relativas a cómo y quién alimenta a la población en las distintas partes del mundo. Mientras que existe un control global de las semillas utilizadas para la producción agrícola, este mercado sólo alimenta a alrededor del 30% de la población mundial; mientras que el resto de la población en diferentes partes del mundo sigue obteniendo sus alimentos de redes alimentarias campesinas (ETC Group, 2017).

#### 4.5. Legislación de los recursos fitogenéticos

Algunos hitos importantes en la apropiación progresiva de los recursos fitogenéticos fueron el lanzamiento del Compromiso Internacional de Recursos Fitogenéticos para la Agricultura y la Alimentación (sigla en inglés IUPGR)<sup>3</sup>, surgido del creciente interés por establecer un marco jurídico para los recursos fitogenéticos, y que en su forma inicial (pese a tratarse de un compromiso no vinculante) consideraba tales recursos como “*patrimonio común de la humanidad*” [(Aoki, 2009; GRAIN et al., 2020a). Dicho concepto no fue objeto de consenso entre los países del Norte y del Sur, debido a los diferentes intereses, y en los años y décadas siguientes continuó el aumento de la legislación protectora de los derechos intelectuales a través del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) (1992)<sup>4</sup> y el tratado sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (sigla en inglés TRIPS)(1994)<sup>5</sup> asociados a los acuerdos para la creación de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

A lo largo del tiempo, se han ido aprobando resoluciones sobre los derechos de los obtentores vegetales, los derechos de los agricultores y los derechos de soberanía de los países sobre sus recursos (Marques, 2014, pp. 115-116). Mientras tanto, el IUPGR, que hasta entonces no era vinculante, pasó a serlo en 2004 a través del Tratado Internacional sobre los Recursos Fitogenéticos para la Agricultura y la Alimentación (TIRFAA)<sup>6</sup>, también conocido como Tratado de la Semilla.

Uno de los objetivos de este tratado fue crear un Sistema Multilateral de Acceso a los Recursos Fitogenéticos (SMA) con el fin de “*buscar que los agricultores, fitomejoradores y científicos de los países integrantes del Tratado tengan acceso a semillas y otros materiales de reproducción, que corresponden a 64 cultivos alimentarios más comunes (incluidas oleaginosas, hortalizas y forrajes)*” (GRAIN et al., 2020a, p. 3). Dicho sistema debería entonces proteger las semillas compartidas de ser objeto de derechos de propiedad intelectual y con ello reconocer los derechos de los agricultores a conservar, utilizar, intercambiar y vender sus semillas, pero la fuerza de estos derechos se vio limitada en la práctica por diversos obstáculos (por ejemplo: falta de acceso libre a los bancos de semillas por parte de las comunidades y desconocimiento de su existencia, así como una protección limitada de los recursos fitogenéticos sólo en el “en la forma que fueron recibidos”.) (GRAIN et al., 2020a, p. 4)

Simultáneamente a esta trayectoria, ya existía desde los años sesenta en algunos países europeos una labor encaminada a crear una base jurídica para los recursos fitogenéticos de variedades privadas, y que se materializó en la creación de la Unión Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales (sigla en francés UPOV) (Aoki, 2009) y que

<sup>3</sup> International Undertaking on Plant Genetic Resources, FAO Res. 8/83, U.N. FAO, 22d Sess., art. 1 at 2, U.N. Doc. C/83/REP (23 de noviembre de 1983)

<sup>4</sup> Convention on Biological Diversity, June 5, 1992, 1760 U.N.T.S. 143

<sup>5</sup> [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/trips\\_s/t\\_agm0\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/t_agm0_s.htm)

<sup>6</sup> (FAO, 2009)

de hecho correspondía a una primera intención de privatizar las semillas de variedades de cultivos (GRAIN et al., 2021, p. 2). El documento ha sufrido varias modificaciones desde su versión inicial en 1961, que se han traducido en progresivas restricciones del uso de la semilla a través del refuerzo de los derechos privados de las empresas (GRAIN et al., 2021, p. 3). Por ejemplo, en la versión de 1978 existía una prerrogativa para proteger las variedades locales, en la que se consideraban de libre acceso y se permitía a los agricultores guardar y utilizar las semillas, pero esta protección dejó de existir en la versión de 1991 (la más restrictiva de todas) tras las fuertes presiones de la industria semillera (Aoki, 2009, pp. 108-109; GRAIN, 2015, p. 4).

La adopción de las normas inherentes a este convenio no tuvo una amplia aceptación hasta 1994, cuando se incluyó en las negociaciones para la creación de la OMC y que condujo a su imposición por parte de cualquier país que ingresara en ella. Desde entonces hasta hoy, la UPOV se ha convertido en una de las condiciones de los acuerdos de libre comercio, celebrados por ejemplo por la Unión Europea, Estados Unidos o Japón, en los que cualquier país asociado debe adoptar la versión de la UPOV de 1991 y convertirla en su legislación nacional. (GRAIN et al., 2020b, 2021).

#### 4.6. La ley de las semillas en Portugal

Como país miembro de la Unión Europea, las leyes de protección de semillas y variedades en Portugal se rigen por las directivas europeas y en conformidad con la UPOV y los demás convenios, acuerdos y tratados mencionados anteriormente, de los que el país es miembro y signatario. De este modo, sólo las semillas controladas, certificadas y autorizadas pueden comercializarse (INIA, 2008, pp. 33-34), lo que significa inclusive que todo el tipo de intercambio (donación) entra dentro del ámbito de comercialización, y así asumiéndose que la variedad esté registrada y sujeta a toda la legislación aplicable (Projeto ReSEED, 2021).

Con respecto a las variedades tradicionales, éstas tienen un marco legal en la legislación nacional<sup>7</sup> como resultado de la transposición de una directiva de la UE<sup>8</sup> que *“prevé determinadas excepciones aplicables a la aceptación de variedades autóctonas y variedades agrícolas adaptadas de forma natural a las condiciones regionales y locales y amenazadas por la erosión genética, así como a la comercialización de semillas y patatas de siembra de estas variedades”*<sup>9</sup> (DGAV, 2021).

Esta directiva surgió por la contradicción que existía en la obligación de inscribir las variedades vegetales en el Catálogo Nacional de Variedades para que pudieran ser utilizadas, pero que al mismo tiempo excluía virtualmente cualquier variedad tradicional considerando su variabilidad genética y que como tal no cumpliría los criterios de distinción, homogeneidad y estabilidad (DHE) establecidos (Marques, 2014, pp. 301-

<sup>7</sup> Decreto-Lei n.º 257/2009 em Diário da República, 1.ª série — N.º 186 — 24 de Setembro de 2009:6859

<sup>8</sup> Directiva 2008/62/CE de la Comisión, de 20 de junio de 2008

<sup>9</sup> Según la descripción introductoria del Decreto-Lei n.º 257/2009 em Diário da República, 1.ª série — N.º 186 — 24 de Setembro de 2009:6859

302). Como tal, se supone que este decreto-ley facilita la aceptación de las variedades tradicionales a través de la definición de "variedad de conservación", es decir "*variedades autóctonas y otras variedades naturalmente adaptadas a las condiciones locales y regionales y amenazadas por la erosión genética*"; siendo las variedades autóctonas el "*conjunto de poblaciones o clones de una especie vegetal naturalmente adaptados a las condiciones ambientales de una región*"<sup>10</sup>. El proceso de registro de dichas variedades en el catálogo es, por lo tanto, en teoría, más simplificado (por ejemplo: posible exención de ensayos oficiales), aunque impone claras restricciones (con algunas excepciones) a su uso, como por ejemplo: uso<sup>11</sup> y comercialización sólo en su "región de origen", y limitación del número de semillas comercializadas (en relación con otras semillas de la misma especie y con el número total de semillas de variedades de conservación comercializadas en un año)<sup>12</sup>. No obstante, estas excepciones legales para las variedades tradicionales, éstas tienen que estar inscritas en el catálogo nacional de variedades para que su utilización, venta y reproducción estén legalmente autorizadas.

#### **4.7. AMAP y colectivos autogestionados de consumo, canales cortos de comercialización**

Con el desarrollo del sistema agroalimentario globalizado, creció la cadena de suministro y, con ella, los alimentos empezaron a recorrer distancias cada vez más largas por el planeta, haciendo "normal" que hoy en día un consumidor encuentre en el punto de compra alimentos producidos en la otra punta del mundo (Pérez Neira et al., 2012). En contraste con esta dinámica se encuentran los Circuitos Cortos De Comercialización (CCC) que, de acuerdo con la bibliografía existente, son a menudo considerados como redes alimentarias alternativas (Marsden et al., 2000; Renting et al., 2003; citado en Reina-Usuga et al., 2016)

Según (Soler Montiel & Calle Collado, 2010) este tipo de canales han sido impulsados por la creciente desafección alimentaria que los personas consumidoras están sintiendo ante el sistema agroalimentario global. Por tanto, estos circuitos de mayor proximidad surgen de una acción colectiva cuyo objetivo es acercar la producción de alimentos al consumo a través de canales alternativos con nuevos criterios de calidad y confianza (Pérez Neira & Vázquez Meréns, 2008; Collado et al., 2009; citado en Soler Montiel & Calle Collado, 2010).

Dentro de los CCC también se suele distinguir entre "sistemas alimentarios locales", que se refieren a la producción, transformación, comercio y consumo de alimentos que tienen lugar en una pequeña zona geográfica definida (por ejemplo, entre 20 y 100 kilómetros de distancia), y "cadenas de abastecimiento cortas", en las que el número de

<sup>10</sup> Según la definición que figura en Artículo 3 del Decreto-Lei n.º 257/2009 em Diário da República, 1.ª série — N.º 186 — 24 de Setembro de 2009:6859

<sup>11</sup> Artículo 10 del Decreto-Lei n.º 257/2009 em Diário da República, 1.ª série — N.º 186 — 24 de Setembro de 2009:6859

<sup>12</sup> Artículo 17 del Decreto-Lei n.º 257/2009 em Diário da República, 1.ª série — N.º 186 — 24 de Setembro de 2009:6859

intermediarios se reduce al mínimo y el escenario ideal es el contacto directo entre el productor y el consumidor (Kneafsey et al., 2013, p. 13).

Estas redes alimentarias alternativas pueden, según (Marsden et al., 2000; Renting et al., 2003), clasificarse en tres categorías: cara a cara (*“los consumidores compran los productos directamente al productor o al transformador, y la autenticidad y la confianza se basan en la interacción personal”*), proximidad espacial (*“va más allá de la interacción directa y se basa esencialmente en relaciones de proximidad”*) y espacialmente extendidos (*“los productos se venden a consumidores de fuera de la región de producción que pueden no tener ninguna experiencia personal de esa localidad.”*). En el caso de la última categoría, y teniendo en cuenta su implementación, algunos casos *“pueden abarcar grandes distancias que cubren el globo.”* Sin embargo *“siguen siendo cadenas “cortas” de comercialización de alimentos: lo importante no es la distancia a la que se transporta un producto, sino el hecho de que esté integrado en una cadena de valor.”* (Renting et al., 2003, p. 400).

Un ejemplo de canal en la categoría de proximidad espacial son las AMAP/CSA<sup>13</sup>, en que los personas consumidoras suman su poder adquisitivo para ampliar el alcance de un circuito corto de comercialización (Alonso Mielgo & Guzmán Casado, 2001; Farnsworth et al., 1996; Mormont, M & Van Huylenbroeck, 2001; citados en Renting et al., 2003). Este tipo de sistema puede ser considerado un modelo de circuito corto "neotradicional", ya que se estructura en *“complejas redes de colaboración, suelen estar fuera de las explotaciones agrícolas (...) se sitúan en zonas urbanas o periurbanas y ponen de relieve fuertes valores sociales y éticos”* y *“pueden estar más sujetas a un enfoque no lucrativo.”*, diferenciándose así de un modelo tradicional más clásico basado en una finca ubicada en una zona rural y gestionada en un contexto de empresa familiar (Kneafsey et al., 2013, p. 14).

Dentro del contexto europeo, en el que se sitúa el objeto de esta investigación, existen diversas denominaciones y formas de implementación y gestión según el país o la región, pero todas se basan en el principio común de una cooperación duradera entre las personas productoras y sus consumidoras, en la cual las personas consumidoras participan (en mayor o menor medida) en las decisiones y el trabajo de las personas productoras y a cambio de dinero y/o trabajo reciben una parte de la cosecha (Kneafsey et al., 2013).

## 5. Resultados

En esta sección se presentan los resultados y el análisis del trabajo de campo, comenzando con una introducción al estudio de caso y explicando los pormenores del trabajo de campo. En los apartados siguientes se presentan los datos del estudio, estructurando la presentación del análisis en varios bloques temáticos, que a su vez incluyen distintas categorías de subtemas. Los bloques temáticos son los siguientes: La conservación de la

---

<sup>13</sup> Se refieren a Asociación para el Mantenimiento de la Agricultura Rural (traducido del original en francés) y Agricultura Apoyada por la Comunidad (traducido del original en inglés).

biodiversidad cultivada en la AMAP de Porto; Perspectivas sobre el sistema agroalimentario actual y su relación con las variedades tradicionales; Consumidor (acciones, motivaciones y conocimientos); Las personas productoras y sus cultivos; Luchas sociales, movimientos y grupos de preservación de semillas;

### 5.1. Presentación del caso de estudio: AMAP de Porto

Las AMAP en Portugal hacen referencia a una "Asociación para el Mantenimiento de la Agricultura de Proximidad", siendo un grupo de consumo de producción agroecológica formado sobre la base del modelo CSA – Community Supported Agriculture<sup>14</sup> y AMAP - Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne<sup>15</sup>, existentes en EEUU y Francia, respectivamente (Parente et al., 2021).

La Agroecología ha formado parte de su propia génesis desde el principio, y es uno de los tres principios orientadores de las AMAP en Portugal. Los otros dos principios fundamentales son la *Relación de Escala Humana* y la *Alimentación como Bien Común*, los cuales son inseparables y se vinculan a los derechos fundamentales a una alimentación sana y adecuada para todos y a la seguridad y soberanía alimentaria. Estos principios son los pilares de la Carta de Principios que ha servido de guía y ha regido el funcionamiento de las AMAP en Portugal desde su elaboración (2016) y su posterior aprobación durante la primera asamblea da Red Portuguesa de Solidaridad Agroecológica - REGENERAR (2018). (*Carta de Principios -Base Orientadora Para a Criação e Funcionamento das AMAP em Portugal*, s. f.).

El origen de las AMAP en Portugal se remonta a 2003 con el surgimiento del proyecto/concepto Re.Ci.Pro.Co (RELación de Ciudadanía entre PROductores y CONsumidores) apoyándose en experiencias piloto de grupos de consumo que ya entonces existían, especialmente el Cabaz da Horta, de hecho la primera AMAP que surgió en el país (*Como criar (não uma mas) 5 AMAPs — e uma CSA?*, 2021; Soria, 2016). Esta iniciativa, enmarcada en una colaboración entre diversos organismos públicos y de la sociedad civil, nace de una idea de Samuel Thirion, de la Red URGENCI, y fue propuesta a través de la organización INDE a la IDRHa/Red Portuguesa LEADER+. El objetivo era entonces *"realizar una experiencia piloto con algunos GAL<sup>16</sup> interesados, con el fin de consolidar una otra forma de relación entre productores y consumidores, con la perspectiva de que los riesgos de la producción sean compartidos con los consumidores y que la calidad de los productos consumidos sea garantizada por el productor de forma transparente y responsable."* (RE.CI.PRO.CO, 2007)

Algunos años después, comenzaron a surgir en Porto otros movimientos que conducirían en el futuro a la creación de las AMAP con la estructura que existe hoy en día, a saber, el proyecto AMAP Duas de Letra, que funcionó entre 2012 y 2014, y AMEP (Asociación

<sup>14</sup> En original inglés. Traducción en español: *Agricultura Apoyada por la Comunidad*

<sup>15</sup> En original francés. Traducción en español: *Asociación para el mantenimiento de la agricultura rural*

<sup>16</sup> *Grupos de Acción Local*

para el Mantenimiento de la Economía de Proximidad), que existió entre 2014 y 2016. Ambas iniciativas se basaban en los principios de una economía local, solidaria y social y ambientalmente justa, buscando así acercar a personas productoras y consumidoras a través del compromiso y la responsabilidad compartida (*AMEP (2014-2016)*, s. f.; F.N., 2016; Moreira, 2018; Moving Cause, 2018).

El aprendizaje y la experiencia adquirida de estos proyectos y de sus promotores llevó a la organización del I Encuentro Nacional AMAP en noviembre de 2015 con el objetivo de *"crear una dinámica a nivel nacional para promover, desarrollar e implantar el modelo socioeconómico de las AMAP"* (Moving Cause, 2015). Organizado por la asociación sin ánimo de lucro MovingCause (que creó e implementó la experiencia AMEP y ha sido uno de los colectivos impulsores de los AMAP), y con el apoyo de la red URGENCI, este evento reunió a unas 80 personas de 36 organizaciones de todo el país, entre grupos de consumo e producción, colectivos informales, cooperativas y asociaciones. La Carta de Principios antes mencionada fue redactada y debatida entre los participantes, y sirvió para orientar la formación de los AMAP que surgirían en los años siguientes (F.N., 2016).

Entonces se crearon después las AMAP de Gaia (en Vila Nova de Gaia - Área Metropolitana de Porto) y de Porto, con el objetivo de producir localmente una gran variedad de hortalizas y establecer un circuito corto de comercialización mediante un sistema de entregas semanales o quincenales de cestas a domicilio. En ambas AMAP, la falta de tiempo de las personas productoras para producir y estar en el campo llevó a su creación, con el objetivo de llenar ese vacío con este sistema. Además de estas AMAP, ya habían surgido otras AMAP en otras partes del país, concretamente en Famalicão y Guimarães (ciudades en el Minho) y Montemor-o-Novo (en el Alentejo y que adoptó el topónimo de CSA), así como la ya mencionada Cabaz da Horta, en Odemira, que seguía en funcionamiento. (*Como criar (não uma mas) 5 AMAPs — e uma CSA?*, 2021).

El encuentro nacional de 2015 sirvió también como plataforma de lanzamiento de la red nacional de AMAPs - REGENERAR y cuya consolidación se consagró unos años más tarde en la primera asamblea general que ocurrió en diciembre de 2018. En esta histórica asamblea, a la que asistieron una treintena de personas productoras y personas coproductoras de diferentes puntos del país, se aprobó la Carta de Principios que orienta a los grupos, además de definir la estructura y funcionamiento de la red, en la que se decidió adoptar una estructura informal sin figura jurídica y centrada en la autonomía financiera, además de la creación de un equipo dinamizador (Moreira, 2019). El objetivo de la red es actuar como *"el punto de encuentro de los grupos de consumo y producción agroecológicos de Portugal"* (*Carta de Princípios -Base Orientadora Para a Criação e Funcionamento das AMAP em Portugal*, s. f.). Posteriormente, en 2019, aparecieron dos nuevas AMAP en Alvalade do Sado (AMAP Sado/Alvalade) y en la zona de Palmela/Almada/Setúbal (AMAP Maravilha) (Caravana Agroecológica, s. f.) En la actualidad, la red REGENERAR cuenta con 7 AMAP/CSA en funcionamiento (dos

AMAP han dejado de funcionar desde entonces – Cabaz da Horta<sup>17</sup> e AMAP Famalicão) y la red cubre en total 25 personas agricultoras/productoras y cerca de 300 personas consumidoras.

Con respecto al objeto de este trabajo, AMAP Porto, se compone actualmente por seis productores, situados en una zona geográfica que abarca el Douro Litoral y Trás-os-Montes, y que suministran regularmente a sus socios una cesta completa de productos agrícolas, a saber: hortalizas, frutas, legumbres, huevos, miel, aceite de oliva, setas y pan, carne, hierbas aromáticas, así como algunos productos transformados a partir de estos ingredientes y otros alimentos disponibles ocasionalmente. Todas las personas productoras tienen certificación ecológica y venden sus productos a través de canales distintos de la AMAP. Cabe destacar que tres de los proyectos productivos son dirigidos por mujeres, por lo que existe paridad de género en la gestión de las actividades agrícolas de este grupo de consumo.

Aunque el objetivo es contar con una participación y un compromiso regulares entre los miembros del grupo (personas productoras y coproductoras), el modelo de compromiso establecido para esta AMAP (el modelo de gestión es definido por cada grupo) es por un periodo de tres meses correspondiente a un trimestre, con periodos de suscripción basados en las estaciones (invierno, primavera, verano y otoño). Las suscripciones se realizan por Internet mediante un formulario general con todos los productos propuestos para vender en ese semestre, que se distribuye antes del inicio de cada periodo. Aunque los pedidos se centralizan en un formulario único, cada productor gestiona sus propios pedidos. Los pedidos se entregan quincenalmente los martes por la tarde durante dos horas en un espacio del centro de Porto, facilitado por la Universidad de Porto<sup>18</sup> (Moreira, 2023).

Teniendo en cuenta que el modelo de suscripción y compromiso efectivo entre personas coproductoras/productoras de la AMAP Porto funciona en periodos trimestrales, el número de suscripciones varía a lo largo del año en función del trimestre. En cualquier caso, el número de suscriptores activos, según las cifras obtenidas del equipo de dinamización, ha sido de una media anual de 37 entre enero de 2021 y agosto de 2023. En el marco del censo global de AMAP/CSA lanzado por la red Urgenci 2023, y en el que participó AMAP Porto, se pudo constatar que hay cerca de 93 personas alimentadas por el grupo (Moreira, 2023). Los resultados y conclusiones de este censo presentados en (Moreira, 2023) sirvieron de soporte durante la fase de análisis de los resultados del trabajo de campo, permitiendo una triangulación de datos e informaciones en ciertos aspectos de los contenidos.

Así, para efectos del muestreo a utilizar en el trabajo de campo, se ha tenido en cuenta el número de suscriptores de los dos semestres anteriores hasta septiembre de 2023, es decir,

---

<sup>17</sup> <https://cabazdahorta.blogspot.com/2020/03/informacao-cabaz-da-horta.html>

<sup>18</sup> En el Pavilhão-Jardim da UPTec Baixa

el 2º Trimestre (trimestre de primavera) y el 3º Trimestre (trimestre de verano) de 2023. En primavera había 36 suscripciones y en verano 28 suscripciones.

De la encuesta a las personas coproductoras, se recibieron 19 respuestas, correspondiendo el 79% de las personas entrevistadas a mujeres, y distribuyéndose en los siguientes grupos de edad: el 32% en el grupo de "20-40 años", el 63% entre "40-60 años" y el 5% entre "más de 60 años".

A continuación, se presentan los resultados del trabajo de campo y su análisis.

## **5.2. La conservación de la biodiversidad cultivada en la AMAP de Porto**

Esta sección se refiere a los contenidos que se han abordado en relación con las percepciones, experiencias, opiniones y motivaciones que existen para el uso de variedades tradicionales en el contexto de AMAP Porto, como grupo. Las categorías analizadas son las siguientes: la percepción de los personas coproductoras sobre la realidad de las variedades tradicionales en el ámbito del grupo; su percepción de la oferta existente de variedades tradicionales; la importancia de la AMAP en la conservación de las variedades tradicionales, la divulgación y la conservación de las variedades tradicionales; la posibilidad de multiplicar y ampliar la iniciativa; las relaciones exteriores; y las acciones que deben emprenderse en el contexto de las variedades tradicionales.

### **Realidad de las variedades tradicionales en el ámbito del grupo**

Este tema se discutió junto con las personas coproductoras y el equipo dinamizador para tratar de identificar su percepción sobre si las variedades tradicionales constituyen o han constituido un tema de conversación dentro del grupo.

Según la percepción de algunas personas coproductoras, las variedades tradicionales en el contexto del AMAP no han sido un tema de conversación en sus objetivos y dinámicas cotidianas. *"No es una conversación y no lo ha sido de todo en AMAP". (CP3) "Yo diría que no ha sido el enfoque" (CP4); "no creo que se llegue a ese punto porque no hay tiempo. No hay tiempo para explicar las cosas". (CP5).* Esta perspectiva parece confirmada por el equipo de dinamización, según el cual, ni en el pasado ni en el presente, las variedades tradicionales han sido un tema o una de las prioridades del grupo. *"Con tu estudio, has introducido este tema del que nunca se había hablado como AMAP."; "El propio grupo nunca sugirió ningún tipo de acción para priorizar las variedades regionales (...) nunca se planteó. No recuerdo que nadie en el AMAP, ni en la asamblea ni fuera de ella, haya hecho jamás sugerencias en este sentido.", "Como institución, no me consta que haya ninguna orientación para ampliar la oferta de estas variedades en detrimento de otras". (ED1)*

No obstante, cabe señalar que, aunque este criterio aún no se ha tenido en cuenta en el grupo, hay productores que sí lo tienen en cuenta en mayor o menor medida. *"Eso no es algo que se promueva desde la propia AMAP, sino que es una decisión de cada productor. Cada productor puede o no tener estas preocupaciones. Y algunos las tienen (...) otros no aparentan tenerlas tanto. Hasta ahora no ha sido una cuestión, no se ha pensado en ello"* (ED1).

### **Oferta de variedades tradicionales**

Este tema se discutió junto con las personas coproductoras para tratar de identificar su percepción y opinión sobre la existencia o no de variedades tradicionales en la cesta de productos que se venden habitualmente, así como si la oferta se considera suficiente o no.

En cuanto a la oferta de variedades tradicionales dentro de la gama de productos de AMAP, parece haber diferentes opiniones. Por un lado, hay opiniones de que la oferta es buena y suficiente - *"Para mí la oferta es buena y suficiente. De hecho, es como te digo, a veces puedo comprar allí la calabaza Porqueira, que no conseguiría"*. (CP4), *"Sí que hay"*. (CP5), *"Sí, y hasta que conocí nuevos productos"*. CP6, *"Sí. (...) Incluso podría haber más"* (CP7) - en cambio, también pareció existir cierta incertidumbre sobre la verdadera tradicionalidad de los productos vendidos - *"Me doy cuenta de que hay. Por ejemplo, la lechuga (...) Tiene varias variedades, repartidas entre varias especies. Pero no sé si alguna de ellas es regional"*. (CP3), *"Bueno, tradicional, tradicional, tengo mis dudas. Creo que quizás la oferta no es esa. Aunque hay (...) peras Joaquinas y peras no sé cómo se llaman. Son variedades más tradicionales. De resto, no creo que haya mucha oferta centrada en eso. También hay algunas judías y legumbres, que también pueden ser variedades tradicionales quizás (...) Pero por lo demás, creo que hay muy poco"*. *"Creo que hay diversidad, (...) Pero en cuanto a si son tradicionales o no, no lo creo. (...) Me parece que hay poca oferta"*. (CP4)

Aunque las personas coproductoras reconocen la diversidad de productos que se ofrecen, no parecen estar seguros de que esta diversidad de especies esté constituida de hecho por variedades tradicionales. Este aparente desconocimiento o dificultad para identificar la tradicionalidad de las personas productoras se aborda en otras categorías del análisis y puede estar relacionado con un desconocimiento general del concepto de variedades tradicionales.

### **Importancia de la AMAP en la conservación de las variedades tradicionales**

En esta categoría, se pidió a las personas coproductoras, a las personas productoras y al equipo de dinamización que consideraran el papel que puede desempeñar AMAP en el apoyo a la promoción, la divulgación y la conservación de las variedades tradicionales.

Según la percepción de algunas personas coproductoras y del equipo de dinamización, la AMAP y otros colectivos similares efectivamente pueden desempeñar un papel importante:

*" [AMAP] por el mero hecho de existir ya está haciendo una contribución, ¿no? Eso ya es algo". (CP2);*

*"AMAP podría tener otro papel, de querer introducirlo y hacerlo, de convertirse en un referente". (CP3);*

*"Es crucial, porque ya se trabaja con variedades tradicionales, y porque pueden ser, pueden ser un motor de cambio, parte del cambio puede venir de las AMAP, sí. Además de ser productores, también pueden ser dinamizadores" (CP7);*

*"Sin duda podríamos implicarnos más y eso contribuiría a la promoción de las variedades regionales. (...) Creo que nuestra contribución puede ser importante y no creo que otras organizaciones ya lo hagan lo suficiente. Hay algún trabajo ocasional, pero no creo que sea suficiente" (ED1).*

*"Creo que sí, que es un factor relevante, y que puede actuar como otro elemento diferenciador además de los que ya ha mencionado María, que tienen que ver con la propia naturaleza de AMAP. (...) Creo que la cuestión de la soberanía alimentaria está en el corazón del movimiento AMAP" (ED1)*

El carácter educativo y de intercambio del papel de AMAP en la conservación de las variedades tradicionales se comenta en varias ocasiones, siendo esta opinión compartida tanto por las personas productoras como por las personas coproductoras:

*"Yo creo que es súper positivo [el papel que puede desempeñar] porque de hecho también hay muchos momentos de intercambio (...) Yo creo que eso sería muy bueno para que la gente también tenga más conocimiento de cómo funcionan las cosas" (CP6);*

*"Yo creo que en AMAP tenemos mucha gente que conoce la importancia de preservar las variedades regionales. Y que podríamos fomentar, por ejemplo, el intercambio de semillas entre nosotros, la participación en eventos de intercambio de semillas, la promoción de los productos regionales, porque realmente aquí tenemos un número de personas que tienen este conocimiento, pero no se ha trabajado mucho" (P4);*

*"Creo que estos lugares, creo que serían los lugares con el público objetivo para sensibilizar. Son personas que ya tienen cierta apertura a este tipo de cuestiones y sin duda serían personas que estarían interesadas y sensibilizadas con el tema". (P5);*

*"Estas organizaciones desempeñan un papel muy importante en la sociedad, no sólo nos dicen de dónde vienen las cosas, también probablemente nos darán acceso, nos darán la oportunidad de probar y comprar algunos productos que probablemente en el supermercado no sabríamos cómo comer" (CPI)*

Acercar a personas productoras y consumidoras es también otra de las características que este papel puede asumir - *" fomentando la proximidad y la posibilidad de que los*

*agricultores lleguen a los consumidores, lo que de otro modo sería mucho más difícil” (P3) - considerando que: “AMAP ya establece la conexión con el propio alimento, es decir, transforma la semilla, acercándola mucho más al consumo y a la alimentación. Y creo que esa sería probablemente una forma más interesante o más fácil de llegar a la gente (...) Así que creo que como la AMAP tiene ese poder de alimentar a la gente, creo que podría cambiar el tipo de comunicación que a veces se hace para más en torno a este tema de las variedades, las semillas y demás. Y en ese sentido incluso podría tener un impacto más interesante al llegar al plato” (ED1). “Creo que AMAP es un concepto excelente, tanto para los productores como para los consumidores, por la cercanía que aporta. Y también por la forma en que funciona AMAP, porque puedes prever lo que vas a poder vender”. (P5)*

Parece, pues, haber un consenso general en el sentido de que la AMAP, dado el tipo de estructura, principios y objetivos que tiene, puede efectivamente desempeñar un papel importante. Además, los entrevistados también parecen estar de acuerdo en que hacer de las variedades tradicionales una causa y un tema importantes para la AMAP va de la mano de su carácter de canal corto de comercialización y apoyo a la agroecología.

### **Multiplicación y escalamiento**

En cierta relación con el tema anterior, se preguntó sobre la posibilidad y el efecto que podría tener la multiplicación y ampliación de iniciativas como AMAP entre las diversas acciones de promoción de las variedades tradicionales que se podrían hacer.

Así, en relación con el papel que puede desempeñar, y teniendo en cuenta la hipótesis de que esto puede hacerse multiplicando y ampliando las AMAP o estructuras similares en los distintos territorios, existe una percepción favorable del valor que esto puede aportar:

*“Mi opinión es favorable, por supuesto. Sería una contribución aún más positiva” (P1)*

*“Llegar a más gente... sería importante” (CP2);*

*“Creo, creo que es una de las cosas en las que se debería invertir, e incluso mucho dinero. Al ser una cadena de producción más corta, tiene muchas ventajas. Los alimentos no recorren kilómetros, tienen mucha más energía, no han sido cosechados durante quién sabe cuánto tiempo. Es mucho más sano” (P5)*

Sin embargo, existe cierto grado de divergencia sobre el alcance y las repercusiones de dicha acción:

*“ el modelo AMAP sólo funciona con 30/40 consumidores, no funciona con más. Si no, tendría que ser un modelo reformulado, tendría que ser otro modelo (...) para las variedades hace una contribución importante, ya que la producción de variedades tradicionales también es pequeña. Así que garantiza que los productores puedan vender estas variedades” (P1)*

*"Así, la cantidad de producción que tienen, que la AMAP tiene, que los productores de la AMAP tienen, probablemente nunca será suficiente para muchos más consumidores o coproductores que los que existen." (CP2)*

*"Creo que la escala es muy pequeña, por desgracia. Es muy pequeña. O sea, por desgracia y por suerte (...) A lo mejor si se hace muy grande, también se pierde ese carácter de producción local, familiar" (CP6)*

*" con una red más amplia como ésta, y que además atrajera a más gente, porque mucha gente ni siquiera sabe o no se da cuenta de las ventajas que podría tener uniéndose a un grupo de consumo como éste (...) si fuera algo que creciera aún más, quizás se podría reducir o incluso casi acabar [con la diferencia de precios]. Si hubiera más demanda... Para mí ahora, por ejemplo, en la producción en la que estoy, si produjera el doble tendría prácticamente los mismos costes. Y en términos de mano de obra podría necesitar un poco más, pero no el doble. En otras palabras, si tuviera el doble de clientes o el triple, con un mayor volumen en la balanza, podría reducir el precio de los productos, quizá incluso un poco más. Creo que esto era bueno para todas las partes, y creo que era un concepto que en términos de sostenibilidad medioambiental y de preservar... la calidad de los alimentos e incluso de promover las variedades tradicionales y otro tipo de cosas. Creo que tenía mucho sentido" (P5).*

Respecto a la mejor forma de escalar y ampliar estas iniciativas, las perspectivas convergen tanto en el uso de campañas informativas, de educación y divulgación entre el público consumidor como en la posible dificultad de ponerlas en práctica:

*"¿Cómo se puede divulgar? Eso es más complicado (...) tiene que ser a través de acciones publicitarias, en lugares donde la gente pueda estar interesada". (P1)*

*"No sé cómo porque esto se da a conocer de boca en boca" (CP2)*

*"Para mí, lo ideal sería que hubiera más cosas, más proyectos como AMAP en la ciudad. Debería haber un AMAP casi para cada barrio. Debería haber más disponibilidad de este tipo de oferta..." (CP6)*

*"Creo más en este modelo de buscar consumidores conscientes, de buscar el público adecuado para crecer. Para construir familias así: donde la gente vaya, se una y críe a sus hijos así. Desde cero y pensando así. Esto tiene que venir de abajo arriba. Eso es lo que yo... ahora si es el modelo AMAP, si es el mercado, si es... creo que lo que importa en este momento es consumir productos agroecológicos. Creo que eso es lo más importante". (P2)*

*"Está claro que si este tipo de iniciativas se promocionasen mejor, se divulgasen por aquellos que tienen el poder de llegar a más personas, podría haber más interés entre la gente en participar en grupos como la AMAP. Y eso podría llevar al crecimiento, a la multiplicación de las AMAP en todo Portugal, que crecen muy lentamente a diferencia de otros lugares" (ED1)*

Se constató entonces un consenso sobre el efecto positivo que podría tener la multiplicación y escalamiento de las AMAPs para llegar a más gente y dar a conocer este tipo de modelo alternativo de contacto entre personas productoras y consumidoras. Sin embargo, según los informes, la propia estructura de las AMAP podría ser incompatible con una posible expansión, y según la percepción compartida, la génesis y el modelo de las AMAP es un posible obstáculo para ello.

### **Relaciones externas**

Este tema fue específico en el marco de la entrevista con el equipo dirigente y tuvo por objetivo conocer el estado de las relaciones del grupo con otras instituciones, asociaciones, colectivos y redes, especialmente las instituciones públicas y las redes/movimientos de semillas en defensa de las variedades tradicionales.

A partir del relato del equipo dinamizador sobre las relaciones externas con otras entidades o colectivos, se constató que con la administración pública *"Nunca he visto ningún tipo de apoyo en este sentido (...) Tampoco tenemos ningún tipo de apoyo, y que yo sepa no hay ningún apoyo específico para los AMAP"*. (ED1), además de que, aunque *"cada vez hay más apoyo a la promoción, dinamización y crecimiento de los mercados locales y de proximidad, (...) no hay nada específico para los AMAP, que tienen una serie de características que los diferencian de un mercado de proximidad convencional"*. (ED1)". Como comparación a esta situación, se puso como ejemplo que en algunos países existen medidas específicas de apoyo público a las AMAP:

*"(...) una de las coproductoras (...) explicó que en Francia hay muchas AMAP, creo que pasa en otros países, y que una de las razones que señaló es que hay un apoyo específico a las AMAP. Y que esto en realidad hace que los precios sean más atractivos, para que la gente se una más en favor de ella, en unión"* (ED1)

En el contexto de los movimientos y redes de la sociedad civil, especialmente los que trabajan en el ámbito de las variedades tradicionales, así como la propia red nacional de las AMAP (Regenerar), se señaló que dentro de las limitaciones de tiempo y recursos *"Hacemos algunas cosas: participamos en redes, pero la comunicación también es bastante limitada por falta de recursos, falta de tiempo, falta de personas que hagan este trabajo"*. (ED1), como por ejemplo en algunos eventos anuales organizados en la ciudad por diversos colectivos: *"Todos los años se organiza aquí en Porto una marcha por la biodiversidad, o una marcha contra Bayer Monsanto, que suele incluir también un intercambio de semillas. Además de este otro evento, que es un encuentro organizado a finales de año por BioPorto, y en el que AMAP participó el año pasado, y también hay intercambios de semillas. Y también acaba conectando a varios colectivos y asociaciones de Porto y alrededores que se preocupan por temas agrícolas, algunos más de agroecología, soberanía alimentaria, pero no todos"*. (ED1). Sin embargo, en los casos citados, *" la relación es todavía muy tenue e informal. Porque creo que AMAP sólo participó el año pasado que fue cuando estableció este vínculo"* (ED1).

En el contexto de la red Regenerar, se indicó que: *"No creo que haya habido todavía alguna acción específica relacionada con esto [variedades tradicionales]"* (ED1) siendo algo esporádico o limitado a acciones específicas por parte de algún agricultor o de una AMAP:

*"A veces es un tema que surge, ya sea porque otros productores, otras AMAP dan a conocer lo que están haciendo, o el cultivo de una variedad específica o más intercambio de experiencias entre productores con cultivos anuales. (...) Como red, que yo recuerde, no. (...) Hay miembros, concretamente de AMAP do Sado, Palmela y Freixo-do-meio (la CSA Partilhar as Colheitas), que creo que tienen preocupación por esto, por este tema. Al menos como AMAP individuales, creo haber visto algo, algún trabajo, alguna divulgación, en este sentido. Pero como red no, que yo recuerde no hemos hecho nada sobre semillas" (ED1)*

Por fin, también se mencionó el vínculo con la red Urgenci<sup>19</sup>, en la que *"el enfoque de Urgenci no está en las variedades tradicionales, aunque de vez en cuando también tienen una campaña, o acción, proyecto de investigación (...) en el que participamos, se llamaba Dynaversity"* (ED1). Este proyecto fue *"un estudio de la red Urgenci hace unos dos años. Estaban haciendo una encuesta sobre la biodiversidad en los AMAP, y creo que respondimos como red a ese estudio"* (ED1). Además, *"a principios de este año participamos en los censos globales de Urgenci (...) y entonces respondimos como AMAP Porto y había 2 cuestiones sobre semillas"* (ED1).

Como compartió el equipo dinamizador, las relaciones existentes con el exterior parecen caracterizarse por haber sido hasta ahora bastante ocasionales y esporádicas con otros movimientos de preservación de variedades tradicionales. Del mismo modo, el tema de la preservación y el intercambio de semillas en el contexto del grupo parece que sólo se ha abordado cuando ha habido una invitación o un contacto por parte de otra institución o colectivo.

### **Acciones a realizar**

Tras analizar las percepciones de los miembros sobre la realidad de las variedades tradicionales, sus experiencias y el papel que puede desempeñar AMAP, se procedió a explorar las posibles acciones a emprender en favor de las variedades tradicionales. Esta temática no estaba especificada en ninguna pregunta concreta, sino que se abordaba principalmente al hilo del desenlace de las entrevistas con las personas coproductoras.

A continuación, se mencionaron varios tipos de acción posibles, entre ellos mejorar la comunicación, dar a conocer y promocionar los productos tradicionales, así como dar a degustar a las personas consumidoras las variedades desconocidas:

---

<sup>19</sup> Urgenci (en original inglés: Urban-Rural networks: GGenerating New forms of exchanges between Cltizens) es la red internacional de todas las formas de Asociaciones Solidarias Regionales y Locales para la Agroecología, de las cuales las CSA y AMAP son las más conocidas. <https://urgenci.net/>

*"Creo que carece un poco de algunas de las estrategias de marketing que tiene la economía convencional. (...) Yo creo que aquí el primer papel lo tiene el productor, porque si yo no lo conozco y no me lo pasan, no tengo forma de conocerlo... sólo si me lo encuentro por Internet. (...) Pero si no es así, a través de los medios de comunicación, tiene que ser el productor el que lo publicite, el que traiga un poquito y dé algo a probar, el que ofrezca una bolsita con no sé qué. Un poquito". (CP3)*

*"permitir el intercambio de recetas, que me parece importante. Esa es una de las cosas que me parecen fantásticas de la AMAP, por ejemplo (...) este intercambio de experiencias, donde veo lo que puedo hacer y cómo puedo utilizar las cosas... incluso las hierbas aromáticas, la conservación de alimentos, son consejos (...) o recetas que te pueden motivar a experimentar, a comer de otra manera y de forma más saludable. (...) A menudo suele ocurrir así, coger una receta, lo probé y me gustó (...) y creo que esto también puede ser un vehículo para animar a la gente a experimentar, a optar por lo local." (CP1)*

*"Quizás dar a conocer las recetas más tradicionales, las ventajas... también dar a conocer las ventajas de consumir este tipo de producto, y de producirlo" (CP2)*

*"Hacia fuera, si tuviéramos una capacidad de comunicación más desarrollada (...) podríamos hacer este trabajo de dar a conocer las variedades que se cultivan y circulan en AMAP. Hacer un poco de trabajo de sensibilización sobre las semillas, dar a conocer variedades que la gente no conoce. Creo que sería muy bueno hacer estas cosas." (ED1)*

*"No hay nada malo en divulgarlo, porque a priori... la gente elige (...) saber que existe es importante porque la gente puede decidir" (CP5)*

La cuestión de las acciones de comunicación y de lo que se puede hacer se abordó también en la que *"la comunicación del propio proyecto AMAP es bastante limitada" (ED1)*, y consideró que podía ser *"difícil, es difícil. Incluso porque... yo, por ejemplo, la AMAP ya existía desde hacía varios años y no la descubrí hasta pasados varios años". (CP2)*.

En relación con las dinámicas internas, se mencionó la posibilidad de presentar una demanda de las personas coproductoras a las personas productoras en relación con una determinada variedad o variedades tradicionales a producir: *" abrir este diálogo sobre la posibilidad de que empiecen a producir para nosotros una variedad que queramos ". (CP4)*, así como organizar intercambios de semillas: *"Creo que en AMAP podríamos promover intercambios de semillas entre productores y coproductores (...) más internamente, podemos hacerlo dentro de AMAP. También podemos hacerlo entre las AMAP. Por ejemplo, cuando hay una Asamblea de la red Regenerar, más allá de las conversaciones, las decisiones y los temas que hay que tratar, hay un momento más de convivencia..." (ED1)*

Otro ámbito de actuación sobre el que se reflexionó fue el de las relaciones exteriores, donde se mencionaron posibles sinergias con otros grupos e instituciones, concretamente

*sinergias entre la agricultura, sinergias con otras AMAP (...) sinergias con productores de otras AMAP" (CP3), pero también con organizaciones de la sociedad civil, para lo que se citó como ejemplo el caso de las AMAP en Francia:*

*"en algunos países, por ejemplo en Francia, sé que es muy común tener AMAP asociadas a universidades, tener mercados ecológicos. (...) Creo que esto debería ocurrir mucho más a menudo" (CP6)*

*"...en el ejemplo de las AMAP en Francia, (...) una gran parte del apoyo que tuvieron fue de uno de los principales sindicatos para promover las AMAP entre sus miembros. Así consiguieron llegar a mucha gente. No es la administración pública, es una organización de trabajadores que apoyó el crecimiento de las AMAP en Francia. Ese es un ejemplo de trabajo de base que no tiene que ver con la administración pública y que también se puede hacer para apoyar la puesta en marcha de este tipo de iniciativas". (EDI)*

Se abordó también la profundización de las relaciones con los movimientos y colectivos que trabajan con variedades tradicionales, especialmente la posibilidad de que AMAP se asocie como colectivo a las redes de semillas:

*"La propia AMAP no es miembro, pero podría serlo, por ejemplo, de Colher para Semear. Es una asociación que existe desde hace mucho tiempo en Portugal y no sé si alguno de los productores es miembro, pero tal vez se podría hacer la AMAP como miembro, y eso incluiría a todos los productores. Es una forma de colectivizar la afiliación, en vez de que cada uno tenga que pagar una cuota, se podría hacer colectivamente. Es una idea (...) que sería muy interesante" (EDI)*

En resumen, la mayoría de las acciones que los entrevistados consideran importantes y posibles de realizar parecen centrarse en dos ámbitos: la comunicación y las relaciones exteriores. Estas dos áreas se consideran importantes y parecen ser complementarias según las percepciones compartidas.

### **5.3. Perspectivas sobre el sistema agroalimentario actual y su relación con las variedades tradicionales**

En este apartado se presentan las percepciones y opiniones de personas coproductoras y productoras sobre la situación de las variedades tradicionales en el contexto del sistema agroalimentario actual, tratando de indagar en su opinión sobre el estado y la relación que este sistema productivo mantiene con las variedades tradicionales.

En el contexto de la situación de las variedades tradicionales y de la conservación de las semillas en la agricultura actual, la percepción más evidente, común tanto a las personas productoras como a las personas coproductoras, fue que en realidad existe una erosión genética y amenaza a las variedades tradicionales asociada a la forma de practicar la agricultura convencional, en especial a la agroindustria y al lobby de la biotecnología:

*"El lobby de los transgénicos es cada vez más fuerte (...) al mismo tiempo, se habla de la importancia de las variedades locales, a nivel universitario y todo eso, pero luego en la práctica..." (P3)*

*"[existencia de variedades amenazadas] Sí, existe el riesgo de que desaparezcan porque si no se propagan y se conservan, acaban perdiéndose con el tiempo. (...) los cereales [con variedades modernas] se producen muy masivamente, las semillas modificadas genéticamente suelen producir mucho más, y eso es todo lo que hace la gente." (P4)*

*"Creo que van a estar cada vez más amenazadas" (P5)*

*"Creo que antes había más que ahora, ¿no? Por eso hoy en día es tan difícil encontrar esta oferta, esta información... porque todo está siendo sustituido por otras variedades. (...) Así que esta especie de monocultivo, creo que es un reflejo de lo que también se está produciendo. En otros tiempos habría habido más diversidad. He estado en Gerês (...) y hablaban del maíz que se producía allí en las tierras (...) y la semilla se perdió porque nadie la guardó, dejaron de producirla. Y eran variedades de allí que simplemente dejaron de estar disponibles. Nadie la guardó, nadie siguió produciéndola y desapareció. Hoy en día, vas a comprar maíz y es todo lo mismo. Es ese maíz enorme, súper amarillo. Es diferente del maíz más tradicional, multicolor, con un tamaño diferente que solías encontrar" (CP4)*

*"una empresa vende transgénicos, vende ecológicos, vende convencionales, vende de todo. Eso es un conflicto de intereses y luego salen a hacer lobby por todos ellos. Así que el problema empieza aquí, ¿no? Financian las cosas que les interesan. A estos tipos no les interesa promover las variedades regionales portuguesas en ningún sitio. Empieza por ahí" (CP3)*

También se mencionó la pérdida cultural ligada a la erosión genética: *"la cultura y las propias tradiciones se están perdiendo debido a la homogeneización a la que estamos asistiendo" (P3); "la idea de que se están perdiendo no es sólo una idea lejana, es algo que está ocurriendo y con ello (...) desaparece la información genética sobre las plantas, que ya no está disponible en el mundo. (...) Creo que son variedades que se están perdiendo, y cuando desaparecen es como si desapareciera una parte de la historia" (CP4).*

En relación con la pregunta del cuestionario sobre si creían que había alguna variedad en peligro de extinción, el 89% de las personas entrevistadas respondieron afirmativamente.

En el mismo contexto de la agricultura actual, también se mencionaron otras características y prácticas del sistema agroalimentario globalizado y el efecto que tienen en la vida de los agricultores y en la biodiversidad cultivada. Una de las características identificadas por las personas productoras fue la cultura del monocultivo y el reducido número de variedades utilizadas en la agricultura actual:

*"En el mundo del aceite de oliva, hay 3 o 4 variedades que son, en superintensivo, las más utilizadas". (P1)*

*"Hoy en día, casi sólo se consumen peras Rocha y Williams, pero hay muchas peras muy buenas". (P4)*

*"Cada vez más, la agricultura quiere estandarizarse, por así decirlo. Y en realidad lo más fácil para un agricultor es poder plantar una planta, saber cómo es, cómo se comporta durante el ciclo de producción y, sobre todo, cuál va a ser el resultado final en términos de producción. Y eso facilita mucho la vida del productor" (P5).*

Cabe señalar que un productor también asoció en cierta medida esta percepción a la agricultura ecológica: *"Actualmente ya hay mucho monocultivo en la agricultura ecológica, ya hay hectáreas y hectáreas de un determinado cultivo certificadas como ecológicas (...) para mí esa no es la idea de agricultura ecológica que yo tengo. Pero es un modelo que existe, de hecho, cada vez está más extendido y está certificado" (P4)*

El anonimato de las cadenas de producción y distribución, la falta de información y conocimiento sobre el origen de los productos por parte de las personas consumidoras fue una característica mencionada en varias ocasiones. Este problema de desafección alimentaria se asoció curiosamente tanto a la gran distribución como al pequeño comercio local, e utilizando ejemplos de tiendas convencionales y ecológicas. Esta falta de información sobre el origen y el tipo de alimentos parece ser un factor que contribuye al desconocimiento de las variedades tradicionales:

*"Hoy en día estas relaciones son como esto.... El panadero adquiere de una empresa, ni siquiera sabe de dónde viene la harina. (...) La gente va al supermercado y no tiene ni idea de cómo se producen las cosas, de dónde vienen. Hoy en día la gente está completamente desconectada. Estamos completamente desconectados de las personas que producen nuestros alimentos. Este es también un gran mal de las ciudades" (P3)*

*"Cuando la gente va al supermercado, está completamente ajena a todo... ni siquiera piensa en ello. Es completamente inconsciente" (CP6)*

*"En un supermercado o parando en la carretera para comprar a alguien, no sabes lo que estás comprando" (CP7)*

*"Nos gusta apoyar este comercio local, aunque no siempre sepamos de dónde vienen los alimentos. (...) "En los otros canales que utilizo, no veo mucho de esto [información sobre el origen de los productos]. Es una información que no me parece muy visible. no es información asociada a esa variedad en el punto de venta". (CP4)*

Aún hablando del estado de las variedades tradicionales en el panorama agrícola, se mencionó el desconocimiento de las personas consumidoras, así como la falta de una publicidad eficaz que les permita llegar al gran público:

*"No creo que las variedades tradicionales se hayan vendido de una forma que permita al consumidor comprarlas con conocimiento de causa. En otras palabras, no creo que la gran mayoría de las variedades tradicionales lleguen al consumidor" (P1)*

*"Seguimos muy metidos en la idea de que el pan sano es el pan sin gluten. No, ya hay algunos sitios con pan ecológico, está creciendo... ahora el tema de las variedades locales es donde realmente estamos dando los primeros pasos, eso es lo que siento por mi experiencia" (P3)*

Otro problema abordado fue la falta de mano de obra y la desertificación de las zonas rurales del país, donde *"ellos [los agricultores] se quejan de que no hay mano de obra, de que hoy en día es muy difícil encontrar gente que trabaje en la agricultura. Por eso, el futuro de la agricultura está amenazado. Porque no hay gente para trabajar en la agricultura" (CP6)*

*"La agricultura está en crisis, ¿no? Yo no sigo mucho, pero ¿cuánta gente quiere trabajar en esta área? (...) Ellos [los agricultores de Trás-os-Montes] hablan de estos temas, porque también van a buscar variedades locales, ya sea judías, de carne, de varias cosas, y lo difícil que es, lo desierto que está. No hay nadie. Entonces, ¿para quién es? (...) Está todo desierto, no hay gente. Producir muchas veces no compensa, porque parece que el mercado está lleno de vicios... No sé..., pero creo que aquí también hay mucho que solucionar" (P3)*

También se menciona la dificultad de los pequeños productores, especialmente los que practican una agricultura más tradicional o ecológica, para ganarse la vida: *"Estas producciones más pequeñas, que serán más variadas y menos perjudiciales y que generarán más biodiversidad (...) tengo la impresión de que son muy pocas y que tendrán dificultades para sobrevivir, ¿no? Lo veo en AMAP. Una de las productoras tenía cosas excelentes. Por lo que tengo entendido, invirtió mucho en trabajar en la agricultura durante muchos años, y acabó abandonando después de 10 años de trabajo. Creo que es difícil." (CP2)*

En síntesis, cabe señalar que las opiniones de los entrevistados hacen referencia a diversas cuestiones abordadas en el marco teórico de esta investigación, y parece existir una conciencia de la crisis a la que se enfrenta el sistema agroalimentario y su repercusión en las variedades tradicionales. Por lo tanto, los entrevistados parecen tener una opinión informada sobre algunas de las causas y los efectos de este problema.

#### **5.4. Consumidor (acciones, motivaciones y conocimientos)**

Este apartado hace referencia a los contenidos que se han tratado en relación con las acciones y conocimientos de los personas consumidoras, sus criterios de compra y motivaciones a la hora de comprar productos agrícolas, especialmente variedades

tradicionales. También incluye la perspectiva opuesta, en este caso de las personas productoras, en relación con las acciones y conocimientos de las personas consumidoras. Las categorías analizadas son las siguientes: los criterios y hábitos de consumo, la motivación y percepción de las variedades tradicionales, el conocimiento de las variedades tradicionales, la experiencia en el consumo de variedades tradicionales, y la perspectiva del productor sobre el consumidor.

### **Criterios y hábitos de consumo**

Con respecto a los personas consumidoras, se ha tratado de identificar sus criterios, motivaciones y acciones de consumo a un nivel general, en relación con los productos agrícolas (de variedades modernas o tradicionales), y después en el contexto específico de las variedades tradicionales. Los datos de la encuesta realizada servirían también de importante apoyo en esta categoría, ayudando a intentar obtener una visión general de los hábitos de consumo de las personas consumidoras para este estudio.

Con relación a dónde compran frecuentemente los productos, como puede verse en el Gráfico 1, existe una tendencia de las personas coproductoras a hacerlo en tres tipos de canales de venta ("tiendas de barrio", "grupos de consumo", "cooperativas de productos ecológicos") junto con, en menor medida, directamente al productor. Cabe señalar que en los cuatro casos se trata de canales de proximidad. Como alternativa a estos canales, se observa que, a medida que aumenta el tamaño (y la distancia) del canal de venta, disminuye la tendencia a comprar en él, siendo los "mercadillos", los "mercados" y los "supermercados" las segundas opciones más frecuentes. Por último, cabe destacar que las grandes superficies son en realidad las menos utilizadas para comprar (mencionado durante las entrevistas, por ejemplo: *"Evito e intento evitar desde hace tiempo, en la medida de lo posible, comprar en grandes superficies". (CPI)*), junto con la opción del autoconsumo. Este último caso posiblemente se explique por el hecho de que el grupo se encuentra en el contexto de una ciudad metropolitana de gran tamaño, y en la que actualmente no existen muchas zonas de cultivo activas y disponibles.

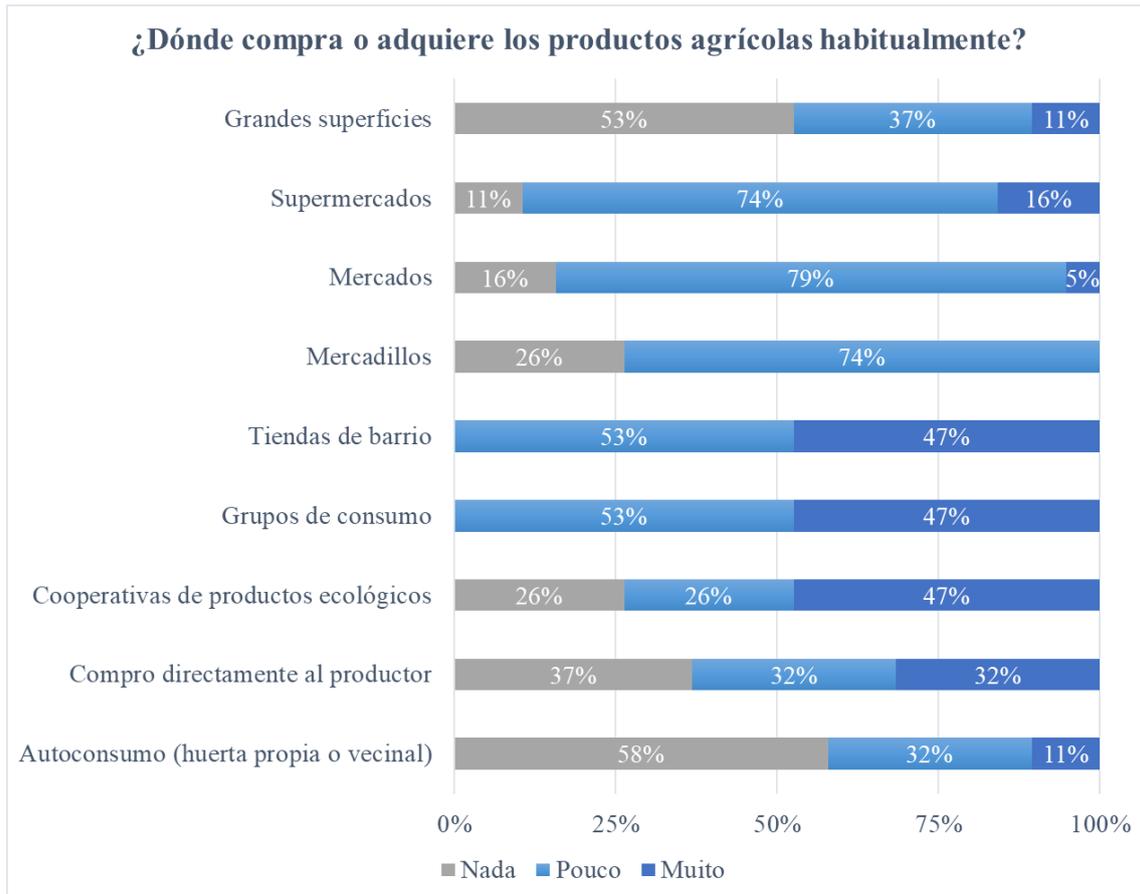


Gráfico 1 – Respuestas a la pregunta ¿Dónde compra o adquiere los productos agrícolas habitualmente?

En cuanto a los criterios de compra de las personas coproductoras cuando van a adquirir productos agrícolas, las respuestas a la encuesta (recogidas en el Gráfico 2) revelaron que, entre las opciones presentadas, destacaron tres factores de gran importancia para la mayoría: “Ser de temporada”, “Ser un producto fresco y de calidad” y “Tener sabor”. Aparte de estos aspectos, hubo otros tres factores en los que las personas entrevistadas indicaron de forma considerable: Saber quién ha producido”, “Ser local” y “Ser productos de agricultura ecológica”.

Conviene señalar que los datos obtenidos de las entrevistas de seguimiento con las personas coproductoras mostraron que los principales criterios de consumo indicados eran precisamente los aspectos más valorados en la encuesta. En relación con las variedades tradicionales, estas parecen ser un criterio que se tiene en cuenta en cierta medida, pero con menos importancia que, por ejemplo, el hecho de que sea una variedad que le guste al entrevistado, independientemente de su origen. Por último, el criterio del producto más económico y el aspecto visual parecen ocupar el lugar menos importante entre las opciones indicadas por las personas coproductoras.

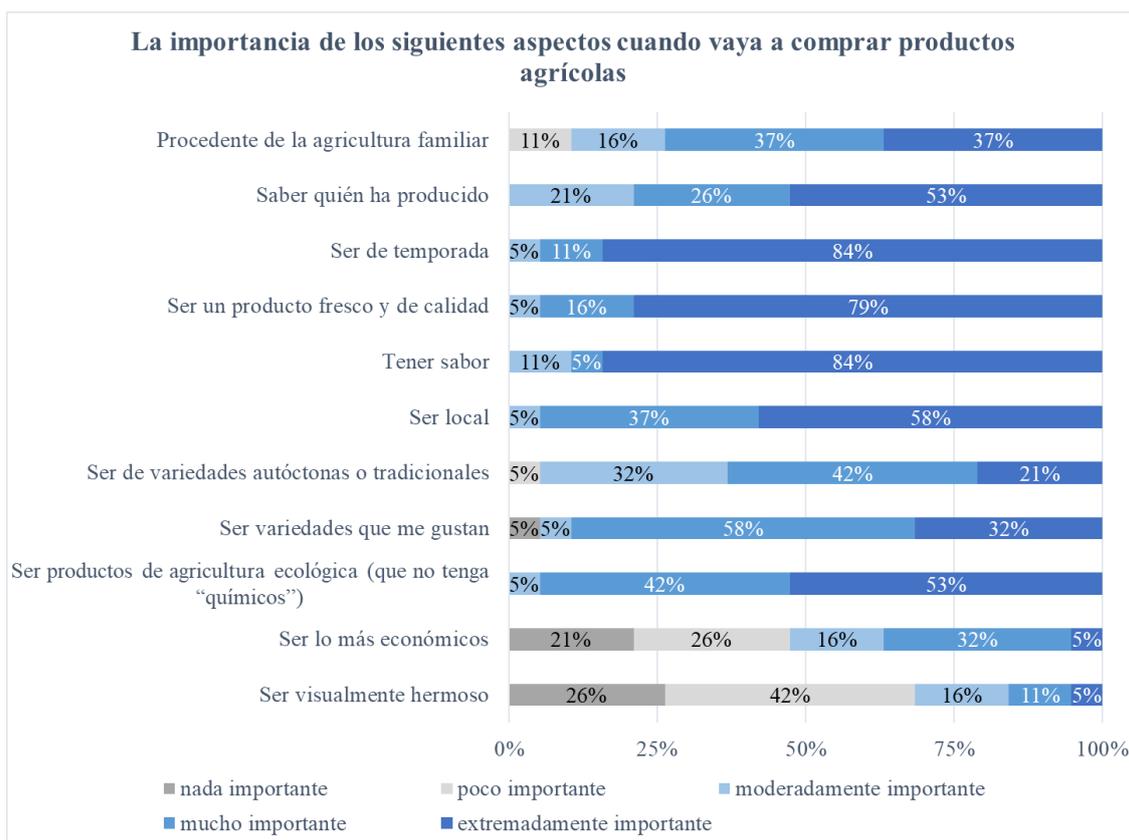


Gráfico 2 - La importancia de los siguientes aspectos cuando vaya a comprar productos agrícolas

Durante las entrevistas y cuando se formuló una pregunta similar sobre los principales criterios de compra de productos agrícolas, hubo, como ya se ha mencionado, varias referencias a la estacionalidad:

*“productos en su momento apropiado. Es decir, hay que comprar las cosas, y por ejemplo la fruta es fundamental, que es comprar la fruta en el periodo [del año] en que es adecuada. Por ejemplo, es como comer melocotones ahora, que es mucho más interesante que comerlos hace un mes porque todavía estaban verdes, porque no sabían a nada, todavía no era su momento. O comer cerezas o fresas, completamente fuera de temporada... en invierno. Para mí no tiene mucho sentido” (CP1)*

*“Cuando compro a los productores, no elijo, compro lo que hay. Lo de temporada y no me planteo elegir demasiado.” (CP2)*

*“Normalmente es la estacionalidad. (...) La estacionalidad es una de las cosas más importantes para mí. (...) No me apetece mucho comer alimentos fuera de temporada. Por ejemplo, en invierno no me apetecen tomates...” (CP3)*

*“compramos siempre fruta que sea de aquí, que exista aquí, y a ser posible de temporada.” (CP4)*

*“Luego está la época del año (...) [la elección] depende de ciertas épocas del año.” (CP7)*

Del mismo modo, la proximidad (del origen del producto) y la preferencia por el pequeño comercio local fueron otros factores mencionados con frecuencia:

*“proximidad, cada vez más. Es decir, saber que los productores son productores locales, que están cerca de mí” (CP1)*

*“Prefiero comprar directamente al productor por varias razones. Pero primero porque las cosas son mejores, saben mejor, vienen más frescas. Luego, porque también me gusta fomentar la pequeña agricultura.” (CP2)*

*“aquí solemos priorizar el comercio local (...) el comercio local, porque por proximidad podemos incluso tener un Minipreço o un Pingo Doce cerca. Pero tiene más que ver con el comercio local también” (CP4)*

*“productores locales, crear una economía local. Fuera de AMAP sólo compro productos portugueses esencialmente (...) lo más cerca posible. Y si puedo generar una economía local mejor” (CP5)*

*“Suelo verificar si son locales. Es un criterio importante, es uno de los primeros criterios. (...) Puedo comer sólo local, por ejemplo. Mi local es como: prefiero que esté lo más cerca posible, pero puede ir hasta España, por ejemplo. Mientras esté más o menos en la Península Ibérica, suelo comprarlo (...) normalmente cuanto más exótico, más extranjero sea, intento evitarlo porque ya sé que viene de lejos” (CP6)*

El factor biológico también fue mencionado por la mayoría de las personas coproductoras, en algunos casos vinculado a otros factores o específicamente a un determinado tipo de alimento:

*"Confieso que la cuestión de ser ecológico es importante, pero...no voy a por ello, no voy a por lo ecológico. Evidentemente hay ciertas variedades que me cuesta más no comprar ecológicas que otras. No me suele gustar comprar tubérculos no ecológicos, por ejemplo. Porque es una contaminación directa para mí, o sea, está enterrado en la tierra [cebollas, zanahorias, patatas], si se usan [agroquímicos]... (...) esos son los que más valoro. Si tuviera que elegir, serían los que valoraría más por ser ecológicos" (CP3)*

*“En algunos casos: [el criterio es] ecológico” (CP4)*

*“elijo la AMAP porque es ecológico (...) es huir de los productos químicos, ya sea carne, fruta o verdura”. (CP5)*

*“Si son ecológicos (...) los que me como directamente con piel, o los cocino directamente, intento que sean siempre ecológicos.” (CP6)*

*“Si me gusta algo y sólo procede de la agricultura intensiva, sólo se puede obtener de la agricultura intensiva, en ese caso, no lo quiero. Así que si hay agroquímicos reacciono enseguida [rechazando].” CP7*

En cuanto al precio y el aspecto, aunque fueron los menos prioritarios en las respuestas a la encuesta, ambos se mencionaron a veces durante las entrevistas, figurando en realidad como algo tenido en cuenta pero con una influencia limitada en las decisiones:

*“El precio sigue siendo un criterio, no voy a decir que no. Por mucho que la gente a veces prefiera cosas ecológicas, cosas producidas delante de su puerta, etc. Es evidente que el precio sigue siendo un factor. Pero quizás pesa menos, porque a veces prefiero gastar un poco más pero saber que las cosas van a durar en la nevera cuando lleguen a casa, que son frescas, que saben bien, en lugar de pagar menos y luego llegar a casa y decepcionarme. Porque no sabe a nada, 2-3 días en la nevera y se estropea, por ejemplo. Como se suele decir, lo barato sale caro” (CP1)*

*“Hay un criterio que tiene que funcionar para mí, y es una relación calidad-precio aceptable” (CP3)*

*“Creo que el precio tiene alguna influencia.” (CP4)*

*"Sinceramente, el aspecto ya no es tan... no es tan un criterio. Creo que es al revés, creo que a veces las cosas, incluso las frutas y verduras más feas son las mejores, las que saben mejor." (CP1)*

*"Reacciono mucho al aspecto visual de los alimentos. También tienen que ser atractivos a la vista. Inmediatamente reaccioné ante el aspecto de esos 'oye, esto no va a saber bien porque es feo". (CP3)*

*"[Dentro de la oferta] lo que haya, sí tiene que ver con el tamaño o la apariencia. (...) Lo que tenga buen aspecto y que sepamos que es buena fruta". (CP4)*

*"Mirando el aspecto general de los productos". (CP6)*

Además de los criterios mencionados, también se mencionó el sabor: *"Lo primero es el sabor" (CP7)*; el hecho de que sea “auténtico”: *"[para productos que existen] todo el año, entonces uno intenta ir a por lo más auténtico. Pero no sé qué es lo más auténtico" (CP7)*; así como el tipo de envase: *"Hay una cuestión importante, que es si están demasiado envasados, si hay demasiado plástico. Por ejemplo, esto pasa mucho en los supermercados porque creo que tienen que envasar los productos ecológicos para diferenciarlos de los que no lo son. Así que da un poco de impresión comprar cosas súper mega envasadas, eso tampoco me gusta. Así que intento evitar." (CP6)*

A modo de resumen, los hábitos y criterios de las personas consumidoras parecen centrarse en la proximidad del canal de compra y de la producción, la estacionalidad de los alimentos y el método de producción. Se pudo observar que existe una consideración homogénea por la calidad, la frescura y el sabor de los alimentos a la hora de comprar. La percepción compartida en la encuesta y las entrevistas fue uniforme en relación con estos criterios.

**Motivación y percepción de las variedades tradicionales**

En cuanto al consumo de variedades tradicionales, se intentó identificar las motivaciones y percepciones que las personas coproductoras tienen en relación a ellas, con el objetivo de entender por un lado qué razones les llevan a consumirlas y por otro qué motivos pueden existir para que las rechacen o no les sean tan interesantes. Por consiguiente, este tema se abordó en dos preguntas durante la encuesta, y posteriormente se exploró en mayor detalle durante las entrevistas.

Como puede verse en el Gráfico 3, cuando se les preguntó por la relevancia de determinadas razones para consumir variedades tradicionales de productos agrícolas, la mayoría de las personas encuestadas señalaron cinco de las razones como las principales. Estas fueron: la percepción de que la elección ayuda a mantener la agricultura local de pequeña escala; la motivación de colaborar para mantener la cultura y tradiciones que se han desarrollado alrededor de las variedades tradicionales; el rechazo del ideal del modelo agroindustrial global; la opinión de que su producción será más cercana, así como la percepción que estas tienen un comparable mejor sabor que las variedades convencionales. Su conexión con una cocina más tradicional y la posibilidad de utilizarlos para elaborar mejores platos se reconocieron moderadamente como posibles factores secundarios, mientras que al aspecto visual no se le dio mucha relevancia como motivo de consumo.

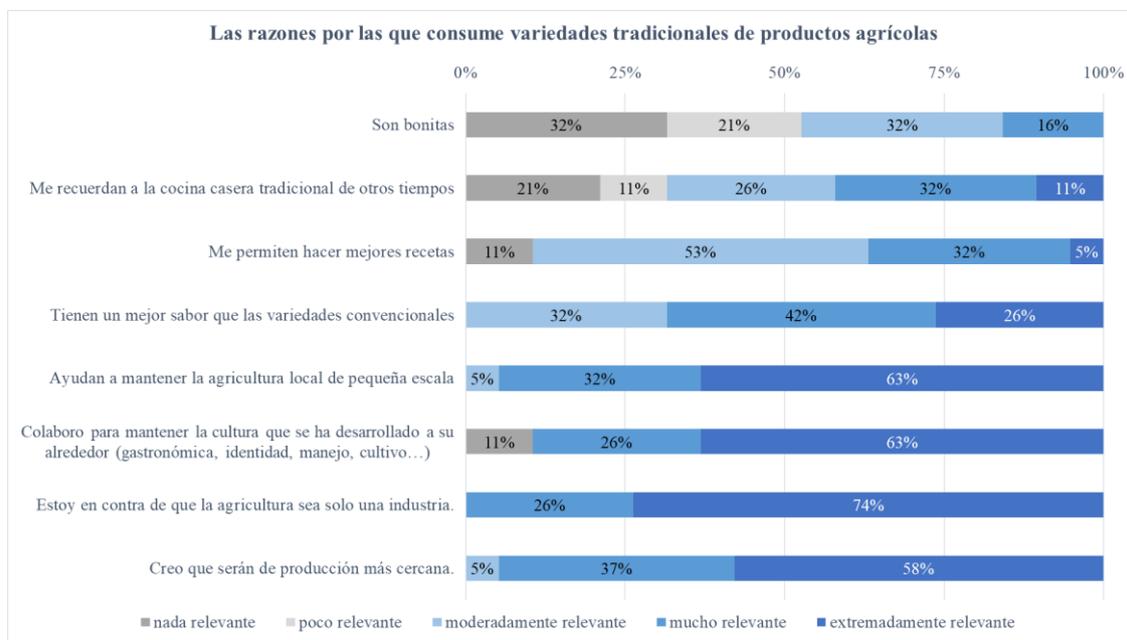


Gráfico 3 - Las razones por las que consume variedades tradicionales de productos agrícolas

Por otro lado, conforme presentado en el Gráfico 4, se destacó una razón principal indicada por la mayoría de las personas encuestadas en cuanto a los posibles motivos que

dificultan o frenan el consumo de variedades tradicionales. El hecho de no encontrar variedades tradicionales en los lugares habituales de compra es el principal impedimento entre las hipótesis planteadas para más de dos tercios de los encuestados. Además de este factor, también hubo un alto grado de convergencia a la hora de atribuir importancia al hecho de que este tipo de variedades pueden ser más caras, así como al hecho de que este tipo de variedades no son tenidas en cuenta por los personas consumidoras en su día a día. A pesar de su menor importancia, cabe señalar que algunas personas coproductoras indicaron como motivos la falta de conocimientos sobre cómo utilizar las variedades tradicionales y la indiferencia.

De hecho, durante las entrevistas se exploraron las razones mencionadas anteriormente y es curioso e importante señalar que los motivos señalados como principales en esta pregunta fueron mencionados con frecuencia a lo largo de las entrevistas como obstáculos y factores que influyen en el uso y consumo de variedades tradicionales, tanto por parte de las personas consumidoras como de las personas productoras.

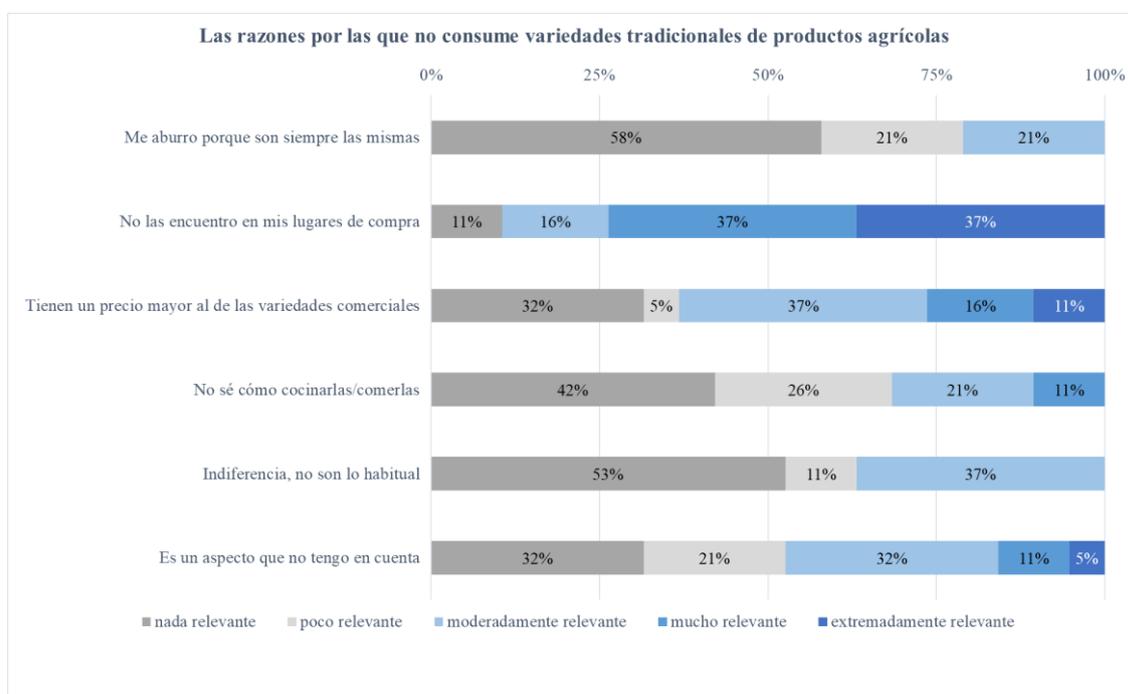


Gráfico 4 - Las razones por las que no consume variedades tradicionales de productos agrícolas

Durante las entrevistas cuando se preguntó si las variedades tradicionales eran un criterio tenido en cuenta en los hábitos de consumo, se señaló por parte de algunas entrevistadas que esta opción no es prioritaria y que incluso en realidad no se tiene en cuenta:

*"esta cuestión de si las variedades son regionales o no, nunca, bueno, para mí es un tema un poco secundario, y ni siquiera me lo había planteado porque no es un tema. (...) la verdad es que nunca me había planteado si estaba comiendo variedades regionales o no y la importancia que podían tener. (...) tú me has planteado esta cuestión. Porque nunca*

*se me había ocurrido. No era una preocupación, no era un tema, (...) elegir variedades regionales ni siquiera ha sido un pensamiento" (CP3).*

*"No ha sido una preocupación prioritaria. Incluso me gustaría saber más." (CP4)*

Sin embargo, aunque no parece ser un criterio previo a la compra, sí se tiene en cuenta en determinadas categorías de productos por parte de algunas personas coproductoras:

*"Cuando hay, por ejemplo, esa manzana Bravo-de-esmolfo en esa frutería (que es una rareza) entonces queremos comprar manzanas y compramos esa y me encanta, y es una variedad que raramente encuentras en otras tiendas y ya está. O peras, hay varios tipos de pera... A mí me gusta especialmente la Pera Rocha Verde, y suele ser esa. (...) Es más como el ejemplo que puse antes, la manzana Bravo-de-esmolfo. Porque entonces la fruta que más compramos son manzanas y peras, y entonces las manzanas si hay bravo-de-esmolfo perfecto, si no, vale(...) Sí, creo que estamos más pendientes sólo de esos dos casos, manzanas y peras. Pêra Rocha, Bravo-de-esmolfo... ". (CP4)*

*"También intento comprar variedades tradicionales de harina. E incluso con las legumbres, por ejemplo (...) hay cosas que son más tradicionales en Portugal, como cierto tipo de judía o de garbanzo, también intento comprar variedades más tradicionales (...) El piñón, el piñón nacional, es muy diferente de otros piñones, por ejemplo. Y normalmente sólo me gusta ese piñón. Si compro uno que viene de no sé dónde, no puedo comerlo. Pero con los frutos secos en general, normalmente tienen que ser portugueses. (...) Pero, por ejemplo, quizá sea también una cuestión de gustos. Por ejemplo, esas manzanas que son típicas por las denominaciones de origen. Por ejemplo, a mí no me gustan mucho, me gusta más cierto tipo de manzana. Me gustan las manzanas Story, por ejemplo. Así que compraré esas, no importa si son... la variedad no importa mucho. Por ejemplo, el tomate Coração-de-boi. Por ejemplo, preferiré ese tomate a uno que venga del invernadero en España." (CP6).*

*"La verdad es que empecé a prestar un poco más de atención a la procedencia de la fruta y la verdura. También en un intento de estar más cerca, o sea, de intentar entender" (CP1)*

Asimismo, se reconoció la motivación y la curiosidad por consumir y descubrir variedades tradicionales:

*"No voy a casa pensando en ello. Pero cuando llego, si las opciones que me dan es que puedes comprar tal cosa (...) cuanto más local, más tradicional, creo que es mejor" (CP6).*

*"Cuando hay cosas muy características que no conozco, las busco" (CP5).*

*"Sí, soy un poco aficionado, si alguien me dice: 'Oh, esto es muy típico', me entusiasmo mucho. A veces quiero probarlo porque sé que es muy típico. Es un poco así". (CP7)*

En resumen, se ha podido detectar una fuerte percepción del vínculo que tienen las variedades tradicionales con la agricultura familiar y a pequeña escala, así como con la cultura y las tradiciones de los lugares, demostrándose así la existencia de una asociación entre su uso y la agricultura de proximidad, que se percibe como el modelo en las antípodas de la agroindustria. Al mismo tiempo, fue interesante observar que el acceso y la disponibilidad de este tipo de variedad en los canales de compra fueron las principales razones señaladas como impedimentos para su consumo.

### **Conocimiento de las variedades tradicionales**

En cuanto al conocimiento de las variedades tradicionales, el objetivo consistió en analizar el grado de conocimiento que las personas coproductoras consideraban tener, así como sus opiniones a este respecto. El objetivo fue identificar si este conocimiento era general a todo tipo de variedades o se centraba más en determinados tipos de especies alimentarias.

Así, la percepción que las personas coproductoras tienen de su propio conocimiento es que es limitado y a veces se resume a una u otra de las especies o variedades de cultivo más conocidas:

*"Probablemente soy un poco ignorante en cuanto a las variedades, si son de esa región o no. Es decir, decimos que la naranja viene del Algarve, también puede venir de Trás-os-Montes, y podemos llamarla la misma naranja del Algarve. (...) Así que no tengo una idea más clara de dónde se producen las cosas tradicionalmente, lamentablemente. Vale, quizás la col galega es un buen ejemplo: viene de Galicia o viene del Norte, pero si me pregunta de dónde viene la col de corazón, no tengo ni idea. (...) o los calabacines, incluso los grelos o cualquier otra cosa, no sé realmente si son variedades típicas del Norte o no. (...) No puedo decirle más que eso. No sé si es local o no, eso es todo" (CP1).*

*"No sé si sé lo que son las variedades tradicionales, ¿no? Porque, para mí, las variedades tradicionales son aquellas cosas más comunes que conozco de la cocina, de cuando era niña y, por supuesto, de hace unos años. Pero a lo mejor son cosas más antiguas que ni siquiera conozco, no lo sé (...) Nunca he pensado mucho en ello" (CP2)*

*"Hay verduras que a lo mejor si me dices que son regionales te digo, vale. No tengo ni idea (...) Para mí, las aceitunas son todas negras o verdes. Son todas iguales. No entiendo muy bien (...) la col galega o la portuguesa. Ni siquiera sé cuál es la diferencia. Creo que la portuguesa es portuguesa en Portugal y la gallega en Galicia. Las miro y son iguales. (...) hay alimentos que me....Hay varios tipos de tomate. No sé cuáles son típicamente portugueses o del norte de Portugal. No tengo ni idea. En fin, hay tantas especies que no me doy cuenta de si alguna es regional". (CP3)*

*"Creo que mis conocimientos son bastante limitados. Eso es lo que me he dado cuenta al responder a la encuesta, que no tengo muchos conocimientos." (CP4)*

*"Creo que tengo los [conocimientos] más básicos. Sé que las cerezas son de Fundão o de Resende, y sé distinguirlas. Conozco las cosas básicas. Sé dónde se producen las manzanas en el país, sé qué tipo de manzanas se producen mínimamente. Pero no, no tengo muchos conocimientos. Mi conocimiento es sólo como consumidora". (CP5)*

*"sé que tienen endrinas, la reina Cláudia, o cuando hay peras, la Pera Rocha. Pero yo soy un poco inconsciente." (CP7)*

Según los datos obtenidos en la encuesta sobre ejemplos de variedades que las personas coproductoras conocen, las siguientes variedades fueron las más mencionadas: manzanas (Porta-da-loja, Malapio, Bravo-de-Esmolfe), coles (Galega e Portuguesa), tomate Coração de Boi, Pera Rocha, y alubias Frade.

La percepción de que los personas consumidoras tienen un conocimiento limitado o reducido de las variedades tradicionales fue similar cuando se planteó este tema a las personas productoras:

*"No, no creo que lo conozcan" (P1)*

*"Muchas de estas personas que llegan (...) piensan... ah, el pan tiene gluten, no se dan cuenta de que hay pan y pan. Es como la sal, no toda la sal es igual. Pero no tienen ese tipo de formación [en variedades tradicionales], así que la gente viene y dice "oh, no puedo [comer pan]" y yo digo "mira, no todo el pan es igual" (P3).*

*"No puedo generalizar. Hay consumidores que están muy informados y otros que no lo están en absoluto". (P4)*

*"La verdad es que no. Creo que la mayoría de la gente ni siquiera está muy familiarizada con este tema, que hay variedades regionales y que realmente puede ser una cuestión sobre la que reflexionar. La mayoría de los clientes... En realidad nunca he tenido una conversación sobre variedades regionales con ningún cliente, la verdad." (P5)*

Como síntesis, se observa una homogeneidad en la percepción reportada por las personas coproductoras respecto a su conocimiento de las variedades tradicionales, que se identificó como reducido o limitado. Este conocimiento aparenta mayor grado de desarrollo sobre determinados tipos de cultivos que posiblemente son los más publicitados, o digamos famosos, junto de los personas consumidoras.

### **Experiencia en el consumo de variedades tradicionales**

En esta categoría, se trató de explorar las experiencias que las personas coproductoras pudieran haber tenido con la degustación y el consumo de variedades tradicionales, tratando de escuchar algunas de sus historias y comentarios al respecto.

La percepción común de que los personas consumidoras tienen un conocimiento limitado contrasta, por un lado, con la asociación y el recuerdo que comparten algunos

entrevistados sobre episodios en los que han consumido variedades tradicionales. Los distintos relatos hacían énfasis en la evidente diferencia de sabor y consistencia, y su satisfacción con una determinada variedad tradicional:

*"La manzana Golden es completamente diferente a comer una manzana Bravo de Esmolfe, una Espriega, o cualquier otra" (CP1).*

*"No le quedaban garbanzos y me dijo que tenía la alubia Feijão-Da-Velha, de la que nunca había oído hablar. La vi, no es muy agradable estéticamente, al menos para mis estándares. Y miré la alubia y "oye, esto no me va a gustar". Pero fue porque, era una cuestión puramente estética. No me gustaba el aspecto de la alubia. Tenía ese color marrón rayado. Pero no fue por eso por lo que dejé de comerlas, y ahora estoy enganchada a este tipo de alubias. Se cuece muy rápido y no se hincha 3 o 4 veces más que las alubias secas. Así que no tiene ese sabor harinoso. Y ahora estoy enganchada, ya le he pedido que me consiga más, o incluso que nos las consiga en el futuro." (CP3)*

*"El mejor y más sensacional bocado de manzana de mi vida fueron unas manzanas, creo que era la Branca-de-Neve o algo así" (CP3)*

*"He estado varias veces en Gerês y Soajo, y hay un cocido que hacen con las alubias, las alubias de allí, que es como un caldo de verduras con esas alubias que es muy diferente. Es muy pequeño y súper sabroso" (CP4)*

*"Por ejemplo, todo el mundo me decía que había una [manzana] tradicional que se llama Porta-da-loja, que yo nunca había comido. No descansé hasta que las encontré" (CP5)*

Entre los relatos compartidos, resultó evidente el carácter positivo de las experiencias con distintas variedades tradicionales, así como la asociación que las personas coproductoras hicieron de las mismas con un alimento o producto de mayor calidad. Estos relatos se alinean con las percepciones también compartidas por las personas consumidoras sobre la importancia y características que asocian a las variedades tradicionales, tal y como se ha mencionado en apartados anteriores.

### **La perspectiva del productor sobre el consumidor**

El objetivo de este bloque de análisis fue averiguar si la perspectiva que las personas productoras tienen del consumidor en cuanto a sus acciones, conocimientos y motivaciones hacia las variedades es coincidente con los relatos obtenidos por las personas coproductoras sobre estas mismas cuestiones. También se intentó identificar y conocer relatos de eventuales experiencias en relación con este tema.

Cuando se preguntó a las personas productoras sobre las actitudes de las personas consumidoras hacia las variedades tradicionales, se mencionaron diferentes actitudes. Por un lado, las personas consumidoras parecen aceptar y apreciar las variedades

tradicionales, reconociendo su calidad y sabor superiores, a veces con pleno desconocimiento:

*"No hablan de ello, de las variedades de las que procede el aceite. Pero el hecho de que el aceite tenga, y ellos lo reconocen, que tenga un sabor distintivo, acaba siendo un factor de reconocimiento (...) No dicen 'Oh las variedades, oh este aceite está hecho de esta variedad y de aquella'. No dicen eso, pero sí dicen "este aceite de oliva es bueno, es de Trás-os-Montes" y se entiende que las variedades que lo originan son de Trás-os-Montes, las autóctonas, claro". (P1).*

*"Sí, la gente está, tiene esa apertura, ese interés. Muchos, de hecho la mayoría, la gran mayoría no conocen, pero están interesados, ¿no? Están interesados (...) hay gente que está interesada en esta parte más técnica, ¿no? Pero la mayoría no tiene paciencia para saber nada, "ah de Trás-os-Montes? vale", (P3).*

*"Los consumidores lo aprecian de verdad. La gente aprecia mucho las variedades regionales (...) afortunadamente tenemos muchos consumidores a los que les gusta experimentar" (P4)*

Aunque a veces esto no se refleje en un aumento del consumo: *"Vendíamos alubias rojas y blancas, y luego introducimos las alubias regionales y las ventas de alubias regionales... la gente dejó rápidamente de comprar alubias rojas y blancas porque querían probar las alubias regionales. O sea, la gente no consume más alubias porque hay más oferta, no va a introducir más alubias en su dieta diaria, sino que ha migrado de un tipo de producto a otro." (P4)*

Por otra parte, parece existir un cierto rechazo o un interés limitado de los personas consumidoras por las variedades tradicionales, siendo los hábitos de consumo y la dificultad de cambiarlos una de las razones mencionadas en varias ocasiones:

*"nacemos y somos educados a comer [manzana] Golden, Starting, Royal Gala, Granny Smith, y las personas son animales de costumbres y no todo el mundo tiene curiosidad, o [sólo] un pequeño porcentaje tiene curiosidad por probar otras cosas. (...) Hay gente a la que simplemente no le gusta y no la compra, es el paladar. No les gusta. Hay otros que no tienen curiosidad, pero hay otros que tienen curiosidad, lo prueban y no les gusta" (P2)*

*"A la gente le gusta el pan blando y ligero, ¿no? Eso es, los gustos a menudo contradicen lo que la gente dice con la práctica: "Oh sí, variedades locales", pero luego los gustos no... La gente lo prueba y "Oh... lo prefiero más blando, más ligero". La gente quiere pan blando y ligero. Ligero en apariencia y en textura, porque luego no es ligero para el estómago". (P3)*

*"Creo que la gente tiene mucha apetencia por lo que está acostumbrada a ver en el supermercado, cuando llega algo diferente hay cierta resistencia por parte de la gente." (P4)*

*"Normalmente los portugueses, por así decirlo, (también tenemos algunos clientes extranjeros) son bastante tradicionales en las variedades y verduras que compran. No están muy abiertos a la experimentación. Ya hemos introducido... también el colirrábano, que es un producto que hemos introducido, pero que también se vende muy mal. También hemos hecho variedades de zanahoria de un color diferente al naranja, pero tampoco tienen mucha aceptación. Los colores diferentes no suelen tener mucha tracción. Aquí la gente es muy tradicional (...) Mucha gente prueba, o yo diría que una gran parte de la gente acaba probando, pero muy pocos repiten un producto. Sobre todo si tiene sabores muy diferentes a los que estamos acostumbrados, como el hinojo, por ejemplo, que tiene ese sabor anisado. Y el apio, que tiene un sabor muy característico. La gente acaba probándolo, pero no se queda mucho". (P5)*

El precio, así como el rechazo visual y otros hábitos de consumo en relación con el aspecto visual y el tacto de los productos, también se señalaron como causas del menor interés por los productos tradicionales:

*"La gente a veces se fija mucho en el precio. Y más ahora. Así la preocupación por el precio [es un factor](...) Yo creo que como el pan es más caro, la gente... se disuade un poco y acaba optando por el trigo [moderno]". (P3)*

*"La mayoría de la gente sólo elige en función del precio, nada más. Es el aspecto y el precio". (P4)*

*"[La gente] va a una caja y ve una [fruta] medio deformada, más pequeña, no ve fruta calibrada... vaya, es muy probable que la deje de lado" (P2)*

*"la gente está muy formateada para consumir sólo la media docena de cosas que aparecen en el supermercado" (P4)"La mayoría de la gente sólo elige en función del precio, eso es todo. Es el aspecto y el precio". (P4)*

En conclusión, se observó una percepción coincidente con los relatos de las personas coproductoras acerca del escaso conocimiento e interés que el público en general presenta por las variedades tradicionales. También fue interesante observar la convergencia de los informes de las personas productoras en relación a la influencia que los hábitos de consumo y el modelo estandarizado de homogeneización de productos tienen en la recepción y consumo de variedades tradicionales por parte de las personas consumidoras, resultando ser un freno fundamental para su generalización.

## 5.5. Las personas productoras y sus cultivos

Esta sección hace referencia a los contenidos que se han analizado junto de las personas productoras en relación con los cultivos utilizados, su procedencia y abastecimiento, así como los criterios tenidos en cuenta y las motivaciones de su elección, en que las variedades tradicionales se han abordado a lo largo del análisis. Las categorías analizadas son las siguientes: origen y método de obtención de los cultivos, y criterios de elección de los mismos.

### Origen y método de obtención de los cultivos

En esta categoría, se preguntó a las personas productoras información sobre los cultivos que cultivan, en particular de dónde proceden y cómo se obtienen, si incluyen variedades tradicionales en su producción y qué motivaciones hay para tales prácticas.

Así, en cuanto al origen de los cultivos, para una minoría ya existían en la tierra: *"Ellos [los árboles] ya existían en la tierra, se heredaron variedades tradicionales de Trás-os-Montes". (P1); "Algunos de los árboles ya estaban aquí, pero son pocos. No sé... tal vez 10 en total" (P4), mientras que para otros "No, no estaba cultivada." (P5).*

En cuanto a la obtención de los cultivos, conviene señalar que dos de las personas productoras entrevistados tienen un tipo de producto que no implica (o implica poco) el uso de semillas y la plantación de nuevos cultivos (producción de aceite de oliva y panadería), por lo que el enfoque aquí se concentra en las restantes personas productoras, que plantan regularmente nuevos cultivos a lo largo del año. Así, la conservación de semillas y esquejes fue una práctica mencionada por dos de las personas productoras, ya sea sembrando sus propias semillas o mediante intercambios o regalos:

*"una galega (no he comprado una galega en mi vida). O las personas que trabajan aquí a veces me regalan sus pies, o el mío se cae y voy y lo trasplanto. Nunca. (...) La semilla de tomate pera vino de un [evento da] Colher para Semear, por ejemplo. Esa variedad vino de allí. Tal vez también vinieron otras cosas, pero esa es la que tengo más presente. Incluso traje algunas otras (...) [por ejemplo] esa guindilla es guindilla de Ourém" (P2)*

*"La semilla de altramuz que introduje en este terreno, la tomé de una semilla que se había cultivado aquí durante 50 años. Así que se la cogí a la encargada que vivió aquí 50 años, me dio un puñado de semillas y empecé a propagar esa semilla" (P2)*

*"este huerto fue: desde el caballo quitando el material vegetal. Todo fue injertado. No se compró ningún árbol ya injertado. Fue un proceso muy largo. (...) Como siempre me salen [ramas] silvestres, luego las que más me gustan las aprovecho, las trasplanto y las pongo en el frutal. Eso hice el año pasado con los nísperos. De un árbol que compré, cogí horquillas e injerté 3 o 4 ramas silvestres y ése se plantó" (P2)*

*"Hemos estado construyendo un banco de semillas. Siempre que es posible, utilizamos semillas de la gente de la zona. A menudo no son ecológicas, pero las sembramos y suelen quedarse después de un tiempo. Y luego replicamos las semillas nosotros mismos. Esto ocurre, por ejemplo, con las alubias, con el maíz, conseguimos un maíz regional de una señora que lo hacía hace muchos años" (P3)*

En algunos cultivos, esta siembra viene dada por la planta y los elementos, resemebrándose de un año para otro sin ninguna acción humana: *"Muchas cosas resemebran. Las acelgas nunca, ni siquiera tengo que labrarlas. Se resiembra sola. Ahora sólo conservo el verde, porque me interesa para la producción, ¿sabes? No quiero la tricolor aquí, porque si no se cruzaría."* (P2)

A pesar de existir la práctica común de conservar las semillas y recurrir a los intercambios de semillas, todas las personas productoras mencionaron que acaban necesitando comprar en algún momento, recurriendo a empresas especializadas de semillas o a viveros:

*"Sementes Vivas (para) la zanahoria". (P2);*

*"Prácticamente no sembramos semillas. Compramos plantas que ya están producidas en viveros [sin embargo, para las plantas que no se plantan por plántones, se siembran semillas y] compramos estas semillas." (P5)*

En algunos casos esta compra es sólo para cultivos específicos debido a factores como la falta de tiempo para sembrar (*"Yo hago el proceso de preservación de semillas, hago el proceso para todas ellas, pero si tienes que ponerlas en el suelo en ese momento y no tienes ninguna, entonces compro plantas. Así es más o menos como funciona para mí"*. (P2)); la necesidad de conseguir la planta más rápidamente (*"Ahora tengo un poco más de prisa, ¿no? Ya he comprado ciruelos injertados"* (P2)); o porque *"las coles, por ejemplo (...) la col tronchuda portuguesa, la col gallega son coles que cultivamos todos los años. Creo que a veces compramos tallos porque la semilla pierde viabilidad a medida que se reproduce, y no creo que produzca tanto..."* (P4)

También se mencionó un caso particular, en el que el grano utilizado se obtiene *"a través de esta asociación [que] supimos que tenían, tenían el grano, el grano de Barbela [para la harina de Trás-os-Montes] (...) cuando supimos de ellos, estaban dispuestos a hacer una colaboración, la asociación hizo una colaboración con la empresa molinera. (...) Y fue entonces cuando empezamos a trabajar en esta asociación, con ellos suministrándonos la harina"*(P3). En otro caso, relacionado específicamente con las variedades tradicionales, se obtuvo alguna ayuda de las instituciones regionales para obtener una determinada variedad: *"Ahora estamos planeando un huerto de manzanas y hay viveros dedicados a conservar variedades regionales. Hemos encontrado uno que ha hecho un trabajo muy interesante, con muchos frutales diferentes, y vamos a comprarle. Lo que también ayuda a esto: los contactos con las direcciones regionales, que también han hecho un gran trabajo de inventario de las variedades regionales y de su*

*adaptabilidad y capacidad de producción. Y además conocen a gente que hace este trabajo y los ponen en contacto" (P4)*

En cuanto a la utilización de variedades tradicionales, casi todas las personas productoras afirmaron utilizar algunas variedades en determinados cultivos, con ejemplos citados para las aceitunas, las frutas, las hortalizas, las legumbres y los cereales:

*"Es Verdeal, es Madural, es Negrinha de Freixo, es Cobrançosa, todas estas variedades pueden ser y suelen ser parte de un mismo olivar que pertenece a una persona." (P1)*

*"De momento, de tomate sólo tengo dos. Una es un tomate Pera, y la otra es el tomate Coração-de-boi. Esa semilla me la dio un primo y desde entonces nunca la he perdido. (...) En aquel momento utilicé lo que había aquí, y conseguí algunas [manzanas] de Braga, en este caso la Porta-da-loja, la Marmela la conseguí de un vecino mío, porque la Marmela es una variedad de aquí. Aquí hay gente que las tiene, y yo las conseguí de una vecina, de una amiga, de la madre de una amiga mía de Paiva. (...) Tengo alubias regionales que están conmigo desde el principio, alubia Olho-de-Pomba que también está conmigo desde hace muchos años, tengo alubia negra (...) alubia Frade" (P2).*

*"Conservamos una alubia de nuestra región, no tiene nombre, la llamamos alubia de Piães. No estamos seguros de qué variedad es. Aparte de eso, hacemos otras alubias más generalizadas, pero también regionales, como alubias de Frade, alubias blancas, alubias rojas, garbanzos, y creo que eso es todo". (P4)*

*"En cuanto a las hortalizas, bueno, también hemos intentado utilizar algunas semillas que son típicamente regionales, como el tomate Coração-de-boi, por ejemplo. No sé... puede haber otras, ¿no? Hacemos judías verdes. Hay una lechuga que hay en esta zona, que también hemos estado cultivando, se llama lechuga Paivense. Y hemos tenido judías de Trás-os-Montes aquí antes. Últimamente no lo hacemos, pero creo que todavía hay semillas". (P4)*

*"[Tenemos] maíz regional de una señora que lo hizo hace muchos años" (P4)*

*"Tenemos una harina con la que trabajamos que viene de Trás-os-Montes. (...) Empecé a trabajar con trigo, y luego esta empresa también lo vendió, que es Einkorn, que en realidad es la variedad de trigo más antigua que existe, y empezamos a trabajar con ella." (P3)*

Se pudo observar así que el origen y procedencia de los cultivos utilizados por las personas productoras varía según el tipo de producción que tienen y el modelo de negocio que han adoptado. Por un lado, hay personas productoras que utilizan variedades tradicionales y el intercambio y conservación de semillas como prácticas rutinarias en sus actividades agrícolas, mientras que para algunas otras de las personas productoras a veces es inviable recurrir a estas prácticas.

### **Criterios de elección de los cultivos**

Una vez analizado el origen y la procedencia de los cultivos, se intentó averiguar qué criterios tenían en cuenta las personas productoras, tanto cuando empezaron en la agricultura como en otras ocasiones en el pasado, así como en la actualidad, a la hora de planificar nuevos cultivos.

Se explicaron asimismo las motivaciones y criterios de la elección de estas variedades tradicionales y de otras que podrían utilizarse. Las razones fueron diversas, por ejemplo, en un caso *"acaba siendo un conjunto de factores los que nos llevan a optar por estas variedades tradicionales: la calidad del aceite y su distinción; la limitada capacidad de la región para una agricultura superintensiva (que es para lo que se utilizan las variedades más modernas); y también un cierto apego que tenemos los agricultores, los olivareros, a las variedades tradicionales."*(P1) y la conexión con el territorio *"muchos de ellos son árboles muy viejos, también nos cuesta quitarlos, arrancarlos para poner otros [porque] para que un olivo empiece a producir hacen falta entre 10 y 15 años, así que habría que quitar esos cultivos tradicionales aunque no fueran súper productivos (como es el caso) y poner otros (...) esa es una de las cosas. Es el tiempo que tardaría en producir."* (P1).

En otros casos, se mencionó el deseo de tener una variedad de cultivos que permitiera cosecharlos en diferentes épocas del año (*"Miré sus nombres, cuando vendrían [la cosecha], cuando no, si vendrían, si era en julio, si era en junio, si iba a ser escalonado."* (P2); *"intentamos tener una gama de productos lo más amplia posible dentro de las hortalizas, ya que queremos tener la mayor diversidad y oferta posibles. (P5)*) o porque es un tipo de producto con un buen potencial de ventas y diferenciación (*"Aposté por el altramuç porque era un producto que estaba siendo totalmente despreciado por el mercado, y porque pensé que tenía un potencial enorme en el mercado de la alimentación. Ya había previsto en su momento este tema del aumento de las legumbres (...) Y que el altramuç no estaba siendo valorado como debería, porque la gente lo compra gratis."* - P2)

También se tiene en cuenta la adaptación a la realidad del terreno y el territorio en el que se encuentran: *"no tiene sentido poner garbanzos aquí porque no va a ser rentable. Traigámoslo de regiones donde sea rentable, ¿no? (...) Lo hemos confirmado en la práctica, no tiene sentido. Tenemos que aceptar que vivimos en una región, no vamos a poner cosas que... podemos probar y ver, ¿no? Como ese tomate de pera de Odemira, que se da bien aquí. Pero hay otras cosas que no vale la pena poner en una región porque no va a ser rentable, no vas a ganar dinero, probablemente ni siquiera te va a funcionar. (...) Ahora tengo unos castaños al lado de la carretera y son variedades que tenían sentido para mí... porque en Arouca también los hay. He intentado darme cuenta de lo que hay alrededor e intentar escoger cosas que tengan más sentido."* (P2).

Además del valor cultural y de biodiversidad cultivada asociado a la conservación: *"El maíz [utilizamos una variedad tradicional] es especialmente importante, porque es uno de esos cultivos en los que el maíz híbrido ha ido ocupando cada vez más espacio porque*

*es mucho más productivo. Y por eso marca realmente la diferencia en la zona regional, produce mucho menos, pero seguimos haciéndolo porque creemos que tiene un gran valor patrimonial en términos de biodiversidad." (P4) "[La preservación genética] es la mayor ventaja de las variedades regionales. Y la preservación cultural. La preservación cultural. No dejar que se acabe la parte genética, ¿verdad? Es la preservación del patrimonio. (...) Pero puedo decirle que se ve en la práctica. Así es, sin ninguna duda. Realmente se nota". (P2); "la ventaja de los cultivos tradicionales es que podemos mantener el potencial genético que tenemos en Portugal" (P5)*

También se abordaron aspectos económicos, por ejemplo de la necesidad de tener en cuenta la viabilidad en términos de potencial de ventas, y la necesidad de adaptar las opciones también a ese criterio:

*"Ahora también me fijo mucho en las variedades comerciales. Los melocotoneros, por ejemplo, los he elegido a mano. Porque ahora no me interesa inventar, quiero cultivar variedades que sé que se van a vender. (...) También es mejor no luchar demasiado contra lo que hay. Quedémonos en el término medio porque si no, no venderemos". (P2)*

*"Creo que ha habido una buena aceptación [de las variedades tradicionales], no tanta como yo esperaba, sobre todo porque hubo una época en la que lo hacíamos más veces a la semana y lo hemos reducido un poco". (P3)*

*"También vamos a ver qué es lo más interesante desde el punto de vista de las ventas. Porque si hacemos un producto que, siendo regional, es interesante para conservar, pero luego no se vende bien, no podemos insistir. Podemos conservarlo, crearlo de vez en cuando, en interés de la conservación, pero no lo convertimos en el centro de nuestra producción. (...) La principal motivación es dar continuidad a un producto que es regional. Y que al ser regional se adaptará mejor a nuestras condiciones edafoclimáticas, porque no hay que olvidar que por eso también son interesantes, ¿no? Porque están bien adaptados al lugar. La conservación es un valor en sí mismo, pero no podemos pensar sólo en eso" (P4)*

*"Las únicas siembras que hacemos son las de brotes y grelos, cosas así. Normalmente no sembramos plantones. Y esas... usamos una u otra variedad regional. Por ejemplo, el Grelo do Nabo-de-São-Cosme, que es una variedad tradicional. La usamos porque también es una de las mejores, en términos de producción y apariencia (...) siempre lo hacemos, siempre hay alguna salida. Pero en vez de hacer, por ejemplo, una bandeja que compramos para 200 plantas, en vez de 200 a la vez, hacemos unas 50, o incluso menos. Pero siempre hemos intentado hacer algo, para que también haya algo de variedad." (P5)*

Es importante señalar que una de las personas productoras, a pesar de utilizar uno u otro cultivo tradicional en su gama de productos, afirmó que a la hora de elegir qué cultivos cultivar, y teniendo en cuenta la forma en que los obtiene (compra en viveros) y el tipo de producto que produce (cesta de hortalizas), las variedades tradicionales no es un

criterio considerado habitualmente: *"En realidad, pensamos que económicamente no es muy viable. Y tiene mucho que ver con nuestro modelo de negocio (...) en realidad no... fue una parte que no tuvimos en cuenta, porque es... en ese momento no era muy consciente del tema realmente. Fue algo que aprendí hablando con otros agricultores y demás. Pero no era algo que hubiéramos considerado tener en nuestro proyecto, las variedades tradicionales"* (P5)

Se ha podido observar que existen una serie de factores que actúan conjuntamente e influyen en las personas productoras a la hora de elegir el tipo de cultivos a utilizar. Si bien todos comparten la fuerte motivación y creencia en tener el criterio de que su actividad agrícola sea lo más ecológica y biodiversa posible, no son ajenos a la importancia de la necesidad de viabilidad económica de los cultivos elegidos. Por lo tanto, ha sido posible observar que sus criterios y decisiones se basan en una lógica de equilibrar estos diferentes factores de la mejor manera posible.

## **5.6. Luchas sociales, movimientos y grupos de preservación de semillas**

Esta sección hace referencia a los contenidos que se han analizado junto de las personas productoras en relación con los cultivos utilizados, su procedencia y abastecimiento, así como los criterios tenidos en cuenta y las motivaciones de su elección, en que las variedades tradicionales se han abordado a lo largo del análisis. Las categorías analizadas son las siguientes: luchas sociales; movimientos y grupos de preservación de semillas.

### **Luchas sociales**

En el marco de la lucha por la conservación y protección de las semillas y variedades tradicionales, se indagó la opinión de los entrevistados sobre la eficacia de las luchas sociales y acciones de activismo similares en el apoyo a las variedades tradicionales, así como la opinión sobre su razón de ser.

A este respecto, las perspectivas compartidas por las personas productoras fueron en su mayoría convergentes y positivas, destacando el impacto y la tangibilidad de las acciones de lucha, la validez de la existencia de tales movimientos, y también un elemento de esperanza y creencia:

*"es sin duda una buena opción. En el caso del aceite de oliva y los olivares, de momento no es necesario, porque las variedades tradicionales aún se preservan bastante. Pero en otras zonas agrícolas, no hay duda de que sí. También porque el intercambio de conocimientos entre los diversos personas productoras, los diversos entusiastas en el mantenimiento de estas variedades tradicionales es extremadamente positivo, por lo que esta unión es necesaria, el intercambio de conocimientos es necesario entre los diversos productores, y los consumidores, también, entusiastas."* (P1)

*"Creo que hay acciones. Creo que la gente está trabajando para conseguirlo. Puedo sentirlo. En la agricultura ecológica hay gente trabajando en ello. Al menos en mi país, lo noto. No sé en los demás, pero no me siento sola en esta tarea de... Creo que pasa un poco en todos los sitios. Es caro comprar semillas, es caro propagarlas. Y la gente suele estar descontenta con las plantas que compra, porque no están bien nutridas y entonces crecen mal. A un verdadero agricultor le gusta sembrar sus semillas y labrar la tierra porque ve el beneficio. Creo que será muy difícil dejar de tener semillas gratis. Lo creo, y tengo muchas esperanzas puestas en ello, de hecho"* (P2)

*"Creo que es perfectamente tangible y debe ponerse en práctica. Tarde o temprano, la conservación de las variedades regionales y la diversificación se convertirán en un bien para todos, no es sólo una utopía, es un bien real. Creo que es la única manera de avanzar."* (P4)

*"Creo que era perfectamente tangible, porque con la gente adecuada, la motivación adecuada y la voluntad adecuada, creo que todo se puede hacer. Y no es un tema disparatado. Es un tema que es interesante y tiene sentido, y podría ser importante. Por lo tanto, creo que si hubiera personas, organizaciones, e incluso a un nivel superior, interesadas en promover este tipo de tema, creo que sería perfectamente posible hacerlo. Hay voluntad y hay gente que quiere asumir la causa."* (P5)

*"Creo que si estos movimientos de resistencia siguen demostrando que tienen valor y si consiguen influenciar de alguna manera más, quizás políticamente... si consiguen influenciar más a nivel político, pueden ser capaces de cambiar la situación, el panorama"* (CP6).

Por otra parte, hubo también una referencia asociada a la incertidumbre sobre el camino que dichos movimientos pueden tomar en el futuro, y su crecimiento: *"Creo que es un nicho. Es un nicho sin duda, que quizás ha ido creciendo, ¿no? Quizá no...mejor, ha crecido. Veo en el caso concreto del pan, hace 10-15 años no había nada de esto [tradicional y ecológico], y ahora sí. Así que si lo hay es porque es un nicho que sin duda está creciendo. Ahora, al mismo tiempo que está creciendo, también está esta cuestión después de la crisis en la que la gente, quizás muchos de ellos, están retrocediendo. Ya estaban en un cierto nivel, pero entonces ya no tienen el poder adquisitivo y quizás retroceden fácilmente "no, ya no puedo comprar este bio, tengo que ir a comprar...". Así que es una realidad, la inflación, es decir, la gente ya no tiene dinero... y entonces tiene que haber más oferta para equilibrar los precios. Así que sí, creo que ha ido creciendo, ahora puede crecer mucho más"* (P3)

En relación con este tema, pero centrado específicamente en las redes de semillas, también se recibieron algunos comentarios sobre la existencia de este tipo de movimientos y su alcance y que conviene mencionar. Los principales aportes se refieren a la percepción de que en la práctica este tipo de movimiento no existe de forma regular, y también a que probablemente la mejor forma de que actúen sea a un nivel más local o regional:

*"He formado parte de una cultura más alternativa en lo que se refiere a la agricultura y no he conocido ningún movimiento que haya trabajado realmente este aspecto. Bueno, hay muchas asociaciones, muchos movimientos que tienen este concepto, ¿no? De variedades tradicionales y cosas así. Pero luego, en la práctica, no veo que ocurra gran cosa" (P5)*

*"Esto tiene que ser una acción muy local. Creo que... local, regional. Y cada uno haciendo su trabajo en su región. Creo que tiene que ser más así" (P2)*

*"Está muy restringido a nivel local y muy restringido a los agricultores aficionados, por así decirlo. No es algo para los que producen en mayor cantidad. Es muy de nicho. Además es difícil atraer a los productores a este tipo de actividad (...) [Porque] la verdad, creo que es muy difícil. El principal problema es la falta de tiempo. Porque los agricultores tienen muy poco tiempo. Y a veces piensas 'esto es algo que voy a perder' (voy a perder o a ganar, depende de tu perspectiva), pero gastar una mañana o un día en una actividad como esa cuando podría hacer cosas con esta mañana o este día que normalmente siempre se retrasan. Así que eso es lo que suelen hacer los agricultores, siempre intentan hacer el mayor número de cosas posible, porque por eso la mayoría de los agricultores tienen pocas vacaciones. El trabajo requiere tanta mano de obra que es difícil encontrar tiempo para otras actividades. Es más por eso" (P5)*

En resumen, se pudo identificar una opinión compartida por todos de que la lucha por las semillas libres y la defensa de las variedades tradicionales no es una utopía o un ideal teórico, sino que tiene razón de ser y fuerza para seguir adelante. Fue interesante ver la convicción de que esta lucha tiene las condiciones para avanzar y mejorar la situación de pérdida de biodiversidad cultivada. Sin embargo, es interesante notar la percepción de algunos de las personas productoras de que el éxito y el alcance de tales iniciativas serán posiblemente más efectivos cuando se realicen a nivel local, junto de los territorios.

### **Movimientos y grupos de preservación de semillas**

El objetivo fue averiguar la existencia de vínculos y posibles experiencias de las personas productoras en relación con movimientos y colectivos de preservación de variedades tradicionales así como redes de intercambio de semillas. Igualmente se analizó el conocimiento de la existencia de este tipo de colectivos tanto entre las personas productoras como entre los personas coproductoras.

Por parte de las personas productoras, aparte de prácticas de intercambios de semillas y donaciones ya mencionadas, no existe ningún vínculo directo con ninguna red de semillas. ("*No, no estoy*" (P1), "*no participamos en ninguna red*" (P4), "*No, no formo parte de ningún grupo, ni lo he hecho recientemente...*" (P5)), aunque varios de ellos siguen y han tenido alguna experiencia, con mayor o menor regularidad, en este tipo de

grupos. La red/grupo que parece más conocida entre ellos es la asociación Colher para Semear<sup>20</sup>:

*“Formé parte de Colher para Semear pero entretanto ha sufrido muchos cambios. Creo que ya no recibo sus correos electrónicos, no sé por qué. (...) Pero yo soy de la época de Zé Miguel, cuando él recorría la región haciendo el inventario de la región y luego al final del año había una reunión de Colher para Semear, yo fui a unas 3 o 4 reuniones. (...) en este momento no hay realmente una red activa que yo conozca. También hay una allá arriba, en Paredes de Coura, unas chicas me invitaron, pero no pude ir (...) ah, también formé parte de otra allá abajo. Está en el Alentejo, está muy vinculada a Tamera. Crearon una red allí. Incluso fui a una reunión de semillas allí, pero luego ellos... y tiene sentido... se quedaron en el ámbito regional. Pero participé en la primera reunión allí.”* (P2)

*“Seguimos el trabajo de Colher para Semear. Y a veces estamos atentos a eventos concretos que van ocurriendo. (...) Ya estuvimos el año pasado [en un acto de intercambio] organizado por BioPorto, celebrado en Espaço Musas, al que participamos. Por desgracia, por ejemplo, en esa ocasión no había casi semillas. No había casi nada que intercambiar. Creo que es un camino que hay que seguir”* (P4)

*“Cuando estaba en aquel proyecto que (...) estaba más orientado a la permacultura, teníamos un banco de semillas e incluso participamos en algunas reuniones de intercambio de semillas (...). Esa fue la experiencia que tuve con algunas variedades tradicionales. Pero hace mucho tiempo que no participo en ninguno de esos movimientos..”* (P5)

*“Estoy recordando ahora que en la última Asamblea [de la red Regenerar] que tuvimos el año pasado, hubo una persona que asistió que era de Arruda dos Vinhos y que estaba montando una AMAP allí, y que cogió unos botes de semillas y los ofreció a la gente de garbanzos negros y otras cosas que cogió y ofreció. Pero todo esto fue muy espontáneo. No fue nada organizado, fue alguien que se acordó de llevar semillas y lo hizo”* (ED1)

En cuanto al conocimiento de la existencia de redes y movimientos de semillas para la conservación y promoción de las semillas tradicionales en sus zonas y regiones, fue común la respuesta de las personas productoras afirmando que desconocían la existencia de tales grupos:

*“No conozco ninguna en el sector del aceite de oliva”.* (P1)

*“¿Hay algo específico como esto aquí en las regiones Norte, Centro, Litoral o Interior? Que yo sepa, de momento, no. Pero que yo sepa, ¿no? Claro, puede ser que lo haya, pero yo no lo conozco. Podría ser mi ignorancia, ¿no? Tampoco estoy buscando”* (P2) “[En

---

<sup>20</sup> Associação Colher para Semear – Rede Portuguesa de Variedades Tradicionais es una asociación creada en 2006 que trabaja para proteger las variedades tradicionales y promover la conservación y el intercambio de semillas - <https://colherparasemear.wordpress.com/>

*su zona, en su región] no creo, aparte de lo que ya he dicho, no creo que haya nada de eso". (P4)*

*"La verdad es que no conozco ninguna organización que intente promover o preservar las semillas tradicionales. Pero también puede ser mi ignorancia, no lo sé necesariamente". (P5)*

Junto a las personas coproductoras, según las respuestas recibidas en la encuesta, el 63% de ellos afirmaron no conocer ninguna institución, movimiento o red de preservación. Entre los que declararon que conocían alguna iniciativa, la asociación Colher para Semear fue el ejemplo más mencionado, y con menos frecuencia también se mencionaron el Banco Portugués de Germoplasma, la iniciativa de la Escuela Agrícola de Ponte de Lima de preservar los manzanos, la existencia de intercambios de semillas en Paredes de Coura y Famalicão, y la empresa Sementes Vivas.

En general, se pudo verificar que las personas productoras entrevistados no parecen tener vínculos formales o regulares con redes y colectivos de preservación de semillas, a pesar de que durante el trabajo de campo se pudo identificar el contacto y los vínculos con los territorios y las comunidades donde están ubicados. Este tipo de relación parece así establecerse más a nivel informal, a través de conocidos, vecinos, amigos y familiares, y no tanto en el marco de redes formales o de acciones habituales organizadas por los colectivos.

## **5.7. Variedades tradicionales**

En este apartado se analizan los contenidos directamente relacionados con las variedades tradicionales, es decir, las perspectivas y opiniones de los personas coproductoras y personas productoras sobre los beneficios de su uso y consumo; los inconvenientes, los factores que influyen en su difusión y también las ideas, formas y creencias sobre las maneras de hacerlo. Así, las categorías analizadas son las siguientes: Desafíos, desventajas y riesgos; Ventajas; Cómo superar las desventajas; Factores que condicionan el uso y el consumo; Medios y acciones para promover.

### **Desafíos, desventajas y riesgos**

Se trató de identificar con los personas productoras y personas coproductoras los principales retos y desventajas que ven en el uso y consumo de las variedades tradicionales. Este análisis se estructuró a ambos lados de la cadena de producción agrícola, centrándose por un lado en los relacionados con la producción agrícola, y por otro en los retos que se producen en el lado de la venta y distribución al consumidor.

En cuanto a los desafíos, desventajas y riesgos del uso de variedades tradicionales que son percibidos por las personas productoras en materia de producción, algunos de ellos se refirieron al hecho de que suelen estar asociadas a una menor productividad o a una tendencia a ser más irregulares en la producción:

*"Las variedades tradicionales tienen más tendencia a... tener rendimientos más bajos, no son muy regulares en su producción. Y entonces puede haber algunas caídas en la producción de un año para otro, ese es el principal problema (...) las variedades tradicionales son menos productivas". Es decir, tenemos menos producción que lo que se cultiva en el Alentejo"(P1).*

*"Los inconvenientes que yo veo, y por eso no se utilizan mucho comercialmente, suelen tener que ver con la producción, son menos productivas;" (P5)*

Tres dificultades mencionadas que aparentan ser importantes, y que posiblemente estén relacionadas entre sí fueron: la escasa cantidad de información (estudios formales) sobre cómo cultivar y manejar las variedades tradicionales (*"Cuando estamos trabajando con variedades regionales que no se han estudiado, tenemos que familiarizarnos con ellas y ver sus características. Es una investigación en el terreno la que nos hace avanzar ."* - P2); una aparente mayor propensión a las plagas (*" Con las manzanas hemos estado luchando un poco. (...) Las variedades regionales [de manzana] son muy propensas a la plaga. Y ahora hay variedades de manzana que son resistentes a esta plaga, e incluso dentro de las variedades regionales puedes elegir las que son menos susceptibles".* - P4) lo que en cierto modo provoca un factor adicional de incertidumbre (en términos de producción) para los agricultores (*"Introducir variedades tradicionales va a ser más un factor de... falta de conocimiento, por así decirlo, que estás introduciendo, y un factor de incertidumbre al final en términos de producción, por eso es un poco difícil utilizar y adaptar semillas de variedades tradicionales a la agricultura actual"* - P5)

Otros tres retos importantes mencionados por las personas productoras son:

La logística y la dificultad que conlleva encontrar algunas variedades tradicionales *"trabajar con estas variedades locales...aún hoy, toda esta logística... es mucho trabajo y las cosas son difíciles, francamente. No es que envíe un correo electrónico [a un proveedor de variedades modernas] con la lista y esté aquí en 2-3 días (...) [con los cereales tradicionales] tenemos que pasar un mes si acaso en el proceso de pedir y recibir la harina Barbela. ¡¿Quién puede hacer esto?! Así que aquí hay varios problemas. Hay deficiencias en cuanto al suministro"* (P3)

*"Las semillas son más difíciles de conseguir en cantidad y calidad. Eso es también lo que me dicen los viveristas con los que trabajamos. Que es difícil, no hay grandes productores de semillas de variedades regionales. Conocemos a uno o dos, conocemos a Sementes Vivas, tienen algunas variedades tradicionales, pero no hay... no es su fuerte, por así decirlo..." (P5)*

La conservación de semillas/plántulas en algunas especies debido al cruzamiento:

*"Olvídate de las semillas de zanahoria. En mi opinión, tiene que hacerlo gente que sepa y que garantice que no se cruzará. Las zanahorias son muy complicadas, es un ciclo y luego compro la semilla de zanahoria. Es un ejemplo más grosero. Los puerros suelen*

*ser difíciles de germinar, y yo los hago, pero normalmente nunca consigo suficientes, así que compro las plantas. (...) "El perejil... las coles son un poco difíciles de conservar porque se cruzan" (P2)*

La necesidad de destinar espacio en el terreno para conservar semillas que no darán producción durante ese tiempo. Este caso se mencionó en el contexto de un negocio que se basa en la producción de hortalizas, de forma cíclica a lo largo del tiempo:

*"En términos comerciales, estás cediendo terreno para que las plantas cumplan su ciclo... no nos interesa dejar semilla porque nadie nos va a comprar la planta después de que haya dado semilla. Así que, en términos económicos, no es muy viable hacer eso. Estamos ocupando un espacio que es más útil para la producción que para tener una rentabilidad baja en términos económicos."(P5)*

En cuanto a la venta de variedades tradicionales, también se mencionaron algunas desventajas y riesgos adicionales. Uno de ellos fue la diferencia de consistencia y calibre entre una variedad tradicional y una convencional:

*"Por lo que me he dado cuenta, [las variedades tradicionales] no siempre [tienen] el tamaño que el consumidor está acostumbrado a consumir". (P1)*

*"Hay variedades que se adaptan muy bien. Por ejemplo, la Bravo-de-esmolfo es una manzana excelente, la Reineta es una manzana excelente. Pero hay otras que no. Son muy propensas al bicho, se quedan con manchitas muy pronto, ¿no? Y eso tampoco importa porque el consumidor no aprecia ese tipo de fruta" (P4).*

*"[con las harinas de las variedades tradicionales] el pan también es un poco más denso y la gente suele acabar prefiriendo las otras texturas más ligeras, ¿no? Son más aireados estos trigos modernos". (P3)*

Como ya se ha señalado anteriormente en otras categorías, también se menciona el problema de la comercialización de las variedades tradicionales, a causa de la exigencia de la gran distribución, y a veces de los personas consumidoras, de que tengan tamaños y aspecto estandarizados: *"No podemos producir grandes cantidades porque tampoco logramos comercializar grandes cantidades de determinadas variedades. Y si vendemos al mayorista, las tiendas necesitan un producto que tenga una larga vida útil. Y eso no siempre es posible con las variedades regionales, depende." (P4).*

Así como la menor resistencia y durabilidad de algunas variedades hasta que llegan al consumidor final: *"A veces estas peras [de variedades tradicionales] no son muy resistentes, hay que recogerlas y comerlas rápidamente. (...) A menudo, si las vendes al supermercado, quieren una manzana que dure meses. De hecho, tiene que poder meterse en un congelador y almacenarse durante meses. (...) Lo mismo ocurre con las peras. Así que cuando vendemos a mayoristas (...) la experiencia que oímos de la gente es que los distribuidores quieren manzanas que duren mucho tiempo. Si vendes al cliente final, eso*

*ya no es un problema. Lo mismo ocurre con las ciruelas y los higos. (...) hay mucho apetito por los higos de Pingo-de-mel, cuantos más tuviéramos, más venderíamos, pero es tan difícil llevar los higos a Lisboa o a otros puntos del país para venderlos que por lo menos no queremos ir allí. El caqui... Yo sólo llevo el caqui de Cinfães a Porto y gran parte se estropea por el camino....después, por eso muchas veces la fruta llega al supermercado y no tiene nada de sabor. Porque hay que recogerla verde para que aguante el viaje. Y como no queremos hacer eso, queremos recoger la fruta cuando esté lista, aquí siempre hay esta dualidad: el viaje no puede ser demasiado largo para que la fruta pueda soportarlo..." (P4)*

La falta de interés de la población y la dificultad de cambiar los hábitos de consumo también se señalaron como dificultades adicionales:

*"Aunque un agricultor lo desee mucho, si no hay esa demanda, no habrá oferta por parte de los agricultores. (...) Tiene que haber alguna ventaja para que los productores se dediquen a otro tipo de variedades. Y tiene que haber demanda de esas variedades porque si no, es muy difícil que los productores lo hagan". (P5)*

*"Sólo acuden los que están interesados, así que siempre estamos un poco en círculo. Los que no quieren saber no miran, no participan y siguen tomando el mismo tipo de decisiones que probablemente han tomado hasta ahora. Es difícil cambiar ese tipo de mentalidad" (CP6)*

A modo de resumen, los entrevistados enumeraron numerosos desafíos, que es interesante señalar que parecen existir a lo largo de toda la cadena de los sistemas agroalimentarios, es decir, en el lado de la producción, pero también en el de la distribución y el consumo. Del lado de la producción, cabe destacar que algunos de los principales retos compartidos están relacionados con la dificultad de acceso a las semillas/plantas, tanto por la escasa oferta como por la dificultad para obtenerlas, así como por la falta de información disponible sobre su uso y manejo. A ello se suma la posible mayor incertidumbre que el uso de estas variedades puede suponer para el agricultor, percepción que pareció ser reconocida por la mayoría de las personas productoras. En el ámbito del consumo, la dificultad de introducir las variedades tradicionales en los principales canales de venta y el limitado alcance de los canales alternativos parecen ser una de las dificultades percibidas. Los hábitos de consumo y la reticencia de las personas consumidoras a aceptar productos nuevos (diferentes) también parecen ser otro de los factores percibidos por varios de los entrevistados.

### **Ventajas**

En el contexto de las ventajas con respecto a las variedades tradicionales, y análogamente al análisis realizado para las desventajas, se analizaron los relatos centrándose tanto en la vertiente productiva de la agricultura como en la vertiente del consumo, de los beneficios para las personas consumidoras y sus percepciones.

Sobre las ventajas de utilizar variedades tradicionales, las personas productoras mencionaron comúnmente su mejor adaptación y su mayor resistencia a plagas y enfermedades. La percepción de esta ventaja parece ser compartida por todas las personas productoras:

*"Las variedades tradicionales por sí solas son mejores. ¿Por qué son mejores? Son más resistentes al clima, están mejor adaptadas (...) Lo que me han comentado es que las variedades tradicionales suelen ser más resistentes a las plagas. Ya sean plagas de hongos, plagas bacterianas, plagas de insectos, lo que sea. Suelen ser más resistentes". (P1)*

*"[Los cereales tradicionales son] sobre todo una variedad muy adaptable al terreno, con raíces muy profundas, en sí no sólo estas variedades antiguas tienen mucha menos necesidad o ninguna [de tratamientos]... están realmente adaptadas, y necesitan menos cuidados. Son mucho menos susceptibles a las plagas, como lo son estas variedades más modernas" (P3)*

*"La adaptación al territorio hace que los productos regionales sean un activo para la agricultura (...) si están bien adaptados al territorio, si son más rústicos, producirán de forma más uniforme a lo largo de los años, serán menos propensos a las enfermedades." (P4)*

*"En teoría, como nunca he hecho variedades tradicionales, lo que considero una ventaja de las variedades tradicionales es que suelen estar más adaptadas a un determinado tipo de clima, en nuestro caso el portugués, y a veces incluso hay variedades nacionales [comerciales], que son regionales por así decirlo. (...) También son más resistentes a las plagas. Básicamente, eso es más o menos lo que entiendo sobre las ventajas de poder utilizar variedades tradicionales" (P5)*

Esta ventaja también parece ser reconocida por algunas personas coproductoras ya que ha sido mencionada en varias ocasiones:

*"Es decir, si las semillas regionales se han refinado, son más resistentes, debería darles [a las personas productoras] más productividad. Nos permite tener alimentos más competitivos en términos económicos (...) Creo que básicamente es eso. Se adaptan al clima, al terreno, y se vuelven más resistentes y más productivos". (CP3)*

*"Tiene esa importancia de que se conserven porque supuestamente se adaptan mejor al lugar, al clima, a la historia de los lugares de donde vienen". (CP4)*

*"[son] productos endógenos, nuestros productos, al principio son productos adaptados que crean valor en el suelo, valor en la propia tierra de los agricultores". (CP5)*

*"Las variedades tradicionales son eso: están adaptadas al suelo, al clima, al tipo de cultivo que tienes, y esa es la ventaja." (CP7)*

Otra ventaja mencionada fue la mejor calidad del producto final obtenido con las variedades tradicionales, con mejores cualidades nutricionales así como más y distintivos sabores:

*"Producen un aceite de oliva (y éste es el factor principal) con un mayor nivel de antioxidantes. Por lo tanto, son más resistentes a la degradación y tienen sabores muy marcados (...) un aceite de oliva que tiene un olor y un sabor distintos a los de las variedades más comerciales." (P1)*

*"Estas variedades están muy bien adaptadas, luego nutricionalmente también, obviamente... porque no eran... no son híbridos. Entonces en términos de perfil nutricional, tiene sus ventajas. Tienen más ácidos grasos, vitamina E, el perfil helicoidal de las proteínas del gluten es mucho más equilibrado, así que hay mucho menos... son más tolerables, en general, para nuestra digestión." (P3)*

*"Si como una manzana diferente, no tiene nada que ver una con otra, la mayoría de las manzanas. Una Porta-Da-Loja no tiene nada que ver con una manzana roja, o una reineta, son diferentes, ¿no? O una Branca-de-Neve. Los sabores son muy diferentes". (CP5)*

En cuanto a los resultados obtenidos con el uso de variedades tradicionales, y habiéndose mencionado a veces en relación con otros temas, hubo algunos relatos de las personas productoras que conviene destacar. Por ejemplo, se hizo referencia directa a la mejora de la biodiversidad y la productividad: *"[Fue el uso de las tradicionales] lo que me permitió tener esta llamada biodiversidad. Tener más biodiversidad, tener más flores en el huerto. Esto significa que atrae a más insectos... es decir, toda la lógica de la agroecología está más en marcha en este momento que al principio del proyecto. Sólo apostando por las frutas pomáceas porque es todo de la misma familia (...) Desde 2020, la rentabilidad de los manzanos y perales ha subido año tras año". (P2).*

También se dieron ejemplos concretos sobre la aceptación de las personas consumidoras, un de ellos positivo: *"El año pasado llevé endrinas a AMAP, por ejemplo, y a la gente le encantó. Tuvieron una gran demanda. Madroños también." (P4);* pero también menor o ninguna recepción en otros casos: *"una [variedad] que me encantaba (...) es la castaña, [y] nadie compra peras castañas. Olvídala, ¿sabes? Así que, una persona que mira una pera, se pone así [ejemplificando el rechazo]" (P2);* *"La gente lo prueba y dice "ah... lo prefiero más blando, más ligero". Porque estas variedades antiguas... no tienen la misma cantidad de proteínas (...) el pan es mucho más denso, mucho más pastoso. Así que, debido al precio y también a la calidad del pan, la gente acabó por no mostrar mucho interés, y no continuamos. Bueno, aún así hicimos el experimento. También porque realmente creíamos en la calidad de esa harina, porque este cereal tiene muchas ventajas en términos nutricionales, pero no funcionó" (P3)*

Según se ha señalado, hubo consenso entre los entrevistados en cuanto al valor agronómico y ecológico, pero también genético y cultural, de la utilización de variedades

tradicionales. Esta fue una de las ventajas más reconocidas y asociadas a las percepciones de personas productoras y coproductoras. Del mismo modo, como se ha comentado en los apartados anteriores, también existió homogeneidad en la percepción de que las características de sabor y nutricionales de las variedades tradicionales suponen una ventaja para las personas consumidoras frente a las opciones más convencionales.

### **Cómo superar las desventajas**

Este tema se abordó con las personas productoras, ya que el objetivo era identificar las formas y acciones que adoptan para afrontar y superar los retos y riesgos que conlleva el uso de variedades.

Frente a algunos de los inconvenientes descritos durante las entrevistas, algunos de las personas productoras explicaron cómo los afrontan y qué medios utilizan para superarlos, Por ejemplo, una productora señaló que *"La conservación de las semillas es algo muy bonito, pero luego en la práctica he fracasado mucho porque quería conservar tanto, tanto que intentaba cumplir con el distanciamiento y toda esas cosas, pero luego las perdía igualmente porque no podía controlar todo. Así que ahora es una cosa más restringida, comparada con lo que he intentado hacer, pero es más viable"* (P2)

Aunque los retos a los que se enfrentaban eran en algunos casos diferentes, se observó un espíritu de adaptación de las distintas prácticas utilizadas a la realidad de cada uno y en función de las experiencias y enseñanzas extraídas de la utilización de estas variedades, así como a los hábitos de consumo de las personas consumidoras:

*"Ser una variedad tradicional tiene ventajas e inconvenientes. Depende de nosotros saber utilizar las ventajas a nuestro favor, para compensar las desventajas"* (P1)

*"hube este problema de la enfermedad instalada y por eso hubo perales que se empezaron a romper, a morir. Porque dejé de cuidarlos durante dos años y había algunos que no podían más, realmente se secaron. Fue entonces cuando empecé a introducir... Dije "no voy a poner más perales". Me di cuenta de los errores, el aspecto comercial, el hecho de que no era tan vendible. La cuestión del carácter perecedero: las peras son mucho más perecederas que las manzanas. Ya está, una serie de cosas de las que empecé a darme cuenta: "no voy a apostar más por las peras". Así que empecé a poner melocotones, ciruelas, níspero, cada vez que se rompía un peral. Y ahora te puedo decir que ciertamente no tengo 350 perales. Debo tener entre 250 y 300. Y el resto son otras frutas".* (P2)

*"Nuestro pan de [trigo] Barbela no es 100% Barbela... tenemos un porcentaje, en torno al 20-30%, de trigo híbrido ecológico. Porque hay la cuestión de la consistencia, porque entonces la gente reclama: "Ah, ese pan empieza a estar bajo, no ha subido". Quieren consistencia, es normal, (...) hemos intentado tener un pan, ese pan que vale es un pan antiguo pero que sigue satisfaciendo el gusto, porque los gustos son modernos. No hay gustos antiguos".* (P3)

*"Creemos que tenemos que hacer una elección equilibrada de beneficios y desventajas y así, por ejemplo, probablemente nos decidamos por (aún no está decidido) quizás un 60-70% de manzanas comerciales y un 30% más o menos de variedades regionales. Queremos tenerlas porque es una manzana que nos interesa conservar. También por el principio de conservación en sí, porque es interesante ver que hay variedad" (P4)*

Otra práctica de manejo mencionada fue una selección más cuidadosa de las variedades utilizadas, teniendo en cuenta posibles cruzamientos: *"Ahora sólo conservo la verde [acelga], porque me interesa para la producción, ¿sabes? No quiero la tricolor aquí porque si no, se cruza. incluso en el huerto, tengo cuidado. Y eso viene de mi experiencia, porque antes, para que las cosas no se cruzaran, las ponía lejos y entonces, claro, no las regabas igual y las hierbas crecían allí." (P2).*

Resultó también de interés observar que las dos productoras que mostraban un mayor uso y diversidad de variedades tradicionales practicaban el escalonamiento de la producción a lo largo del año:

*"Acabé apostando por la lógica de tener fruta escalonada desde el principio, que no viniera toda al mismo tiempo, que no tuviera que almacenar en cámaras frigoríficas durante mucho tiempo, todo eso es un concepto ambiental y agroecológico (...) esa diversidad tiene que ver con mi sustento, pero también tiene que ver con el abastecimiento directo al consumidor, y garantizar la venta todo el año. Está nuestra sustancia y al mismo tiempo está la posibilidad de vender todo el año, de tener producto todo el año y abastecimiento todo el año." (P2)*

*"Cada vez vamos más en esta dirección, tener una pequeña producción escalonada en el tiempo, distribuida a lo largo de la temporada de producción de la planta. (...) Escalonada. Siempre trabajamos sobre esta base. Entonces, nuestra idea es tener fruta a lo largo de una temporada lo más larga posible... una vez más, porque si tenemos pequeñas cantidades de fruta, podemos hacerla llegar al consumidor final con bastante facilidad." (P4)*

En resumen, el enfoque adoptado por las personas productoras entrevistados en relación con las desventajas se centra en utilizar más de una práctica como solución. En otras palabras, la forma en que afrontan estos desafíos es combinando decisiones de carácter agrícola, como la diversidad de cultivos y variedades utilizadas para tratar de compensar las posibles fluctuaciones de producción entre temporadas, y de carácter comercial, tratando de elegir las variedades que resulten más atractivas para las personas consumidoras.

### **Factores que condicionan el uso y el consumo**

Además de las desventajas y ventajas mencionadas, también se abordaron los factores que influyen en el uso y consumo de las variedades tradicionales, tanto desde el punto de vista de la producción como del consumo.

Así, en cuanto a la producción, se mencionó el acceso a semillas o plantas de variedades tradicionales para las personas productoras que utilizan o tienen que recurrir a viveristas: *"En mi caso, la única forma en que podría plantearme utilizarlas sería si las pusieran a mi disposición los viveristas con los que trabajo. (...) Tiene que cambiar un poco el concepto y el paradigma de las variedades comerciales que se utilizan para cultivar"* (P5) y también la ausencia e influencia que pueden tener las ayudas públicas específicas: *"Si no hay apoyo de la Unión Europea [específicamente para el cultivo de variedades tradicionales], no hay contribución directa, digamos, al mantenimiento de estas variedades"* (P1)

No obstante, los principales factores más mencionados por las personas productoras, y con cierta convergencia por parte de los personas coproductoras, se centraron en torno al consumo y al papel que este factor desempeña en la existencia de las variedades tradicionales. Se mencionó el papel del consumidor, así como la dependencia del interés del mercado y el atractivo que las distintas variedades tradicionales tienen en dicho mercado:

*"De lo que me he dado cuenta, [las variedades tradicionales] no siempre tienen el tamaño que los consumidores están acostumbrados a comer".* (P1)

*"Hay un interés del mercado por variedades regionales que, una vez más, sean resistentes y duraderas. Las otras no. Por eso no suelen estar en el mercado. Hay algunas, pero hay que elegirlas, porque si no, no las quieren* (P4)

*"En nuestro caso, para que fuera viable [el uso de tradicionales], que yo sepa, para que eso ocurriera también tendría que haber más oferta de clientes".* (P5)

*"Posiblemente no merezca la pena apostar por todas las variedades tradicionales, porque tiene que haber un compromiso de sabor, (...) tiene que existir un sabor que atraiga, si no, no hay mercado. Por eso no hay mercado. Y tiene que producirse de una manera que resulte atractiva para el productor, de lo contrario tampoco tendrá mercado. Así que no basta con que sea un producto tradicional, tiene que ser un producto tradicional que sea vendible y que sea apreciable. (...) Si no hay nada, si el producto no es sabroso y atractivo, ya sea por su olor, su aroma o cualquier otro componente, o porque tiene las hojas [no se venderá] (...) el énfasis no está sólo en que sea un producto tradicional, o si es una variedad tradicional. Si no es rentable para el agricultor, si el mercado no lo aprecia..."* (CP5).

El precio de venta al consumidor también se mencionó como factor influyente:

*"posiblemente acabará siendo un producto más caro. También estoy hablando un poco fuera de tono, porque no tengo experiencia [en esto]. Pero lo que entiendo es que sería un poco así. Creo que también sería muy difícil presentar ventajas... la gente suele estar más interesada en el aspecto económico de las cosas. Está muy bien, pero lo que manda*

*es la cartera (...) Eso es lo principal. Ya es bastante difícil conseguir que la gente compre productos ecológicos, y más aún algo más específico así" (P5)*

*"Creo que el precio puede [influir]. Porque, claro, suele ser más caro. Y cuantas más etiquetas tenga, cuantos más sellos de calidad tenga, si es biológico, una cosa más que poner encima, más caro es. Así que eso es un obstáculo". (CP6)*

La falta de conocimiento sobre la existencia de variedades tradicionales, sus características y los posibles canales para adquirirlas fueron también mencionados:

*"Creo que las variedades tradicionales no han evolucionado en términos de ventas, que luego permiten al consumidor comprarlas de forma informada. Entonces, si son más resistentes, por lo que llevan menos productos químicos, menos pesticidas, posiblemente sean incluso más sabrosas, pero no llegan al consumidor final, algo está pasando, ¿no? (...) realmente no tienen el sabor que busca el cliente. Es decir, creo que la gran mayoría de las variedades tradicionales no llegan al consumidor". (P1)*

*"Para empezar, es falta de conocimiento" (CP3)*

*"Si no hay información, la gente no lo sabe o no le interesa (...) a veces el problema es realmente la falta de información de los propios consumidores, también saber lo que quieren y estar más informados sobre estas variedades para poder pedir a los productores que empiecen a producir." (CP4)*

Como síntesis, y de forma similar al análisis realizado sobre los desafíos y las desventajas, la percepción es que existen factores que influyen tanto en la producción como en el consumo. Sin embargo, como ya se ha mencionado, hubo más referencias a la influencia y el papel del consumo. En este caso, la percepción fue que los agricultores no parecen tener tanto poder de decisión a la hora de utilizar y vender variedades tradicionales si no hay interés y demanda de este tipo de alimentos por parte del consumidor.

### **Medios y acciones para promover**

En el marco de los medios, formas y acciones que pueden adoptarse para promover las variedades tradicionales, se procuró contemplar cualquier tipo de acción que pudiera considerarse útil o de interés por parte de la persona entrevistada. Así, se mencionaron enfoques relacionados tanto con la producción como con el consumo.

Respecto a la producción, hubo por ejemplo varias referencias a la necesidad de más investigación científica y de un mayor vínculo entre científicos y agricultores:

*"Creo que hay muy poca investigación científica sobre las variedades tradicionales. Y también hay que darse cuenta, para salvaguardarlas, para protegerlas, de que son especiales. Y creo que habría que potenciar la investigación científica en este campo y no se hace, que yo sepa. O los estudios se quedan en el papel y no se ponen en marcha. Así que creo que hay mucho que hacer en este campo, y a menudo viene de iniciativas*

*gubernamentales, de más arriba, para salvaguardar estas variedades e intentar conocerlas. Porque si no, se pierden. Para comprender realmente las variedades tradicionales. La escuela agrícola, las instituciones agrícolas, solían hacer una cantidad razonable de investigación, hoy en día ya no. (...) Si no hay nadie que las estudie, perderán su importancia. Y luego está el papel del Estado, en el que éste fracasa estrepitosamente.” (P1)*

*"[Las organizaciones de investigación, el mundo académico puede desempeñar un buen papel] Por supuesto. Por ejemplo, mostrando cómo los productos regionales suelen ser más interesantes, tanto desde el punto de vista de la producción como del consumo " (P4)*

*"[El papel del mundo académico] Sin duda podrían. Sobre todo con conocimientos científicos sobre las variedades tradicionales, que es algo que también creo que falta mucho. No hay estudios comparativos, por ejemplo... Estoy diciendo aquí que la productividad de las semillas [tradicionales] son peores, pero quizá acaben siendo más productivas. Tenemos que partir de este conocimiento, a través de estudios comparativos que puedan mostrar ventajas o desventajas. Y permitirnos tener conocimientos sobre las variedades tradicionales, sobre cómo se comportan en términos de producción, a lo largo de un ciclo de producción (...) "Si se estudia bien, puede ser un factor que acabe, por ejemplo: imagínate que yo tengo un ciclo de producción de un cultivo que tarda unos 4 meses, pero con una variedad tradicional tarda 5, pero no tengo que preocuparme tanto por plagas y enfermedades y ese tipo de cosas, a lo mejor sopesando todos los factores, puede ser incluso una solución para que esto ocurra. Pero ahora desde luego no se conseguirá que los agricultores se arriesguen y experimenten. Es muy difícil que eso ocurra. Tiene que venir de nuestras universidades. Y luego compartir estas conclusiones con los productores y demostrar que quizá ese tiempo extra al final compense. Porque no tienes que hacer tratamientos, no pierdes tiempo con la mano de obra de los tratamientos. Quizá las plantas acaben igual o más sanas, y la producción acabe siendo prácticamente la misma o incluso un poco mayor. Todo es cuestión de sopesar factores” (P5)*

*Tenemos un banco público de semillas e incluso hay particulares trabajando en él, además de públicos. (...) Hay que hacer un trabajo técnico: cuáles interesan, cuáles merece la pena valorizar por diversas razones. No basta ser antiguo, ¿qué vamos a valorar? Y la administración pública también podría desempeñar un papel más activo” (CP5).*

*"Hacer estudios de viabilidad económica y como potenciar la viabilidad económica en las variedades tradicionales" (CP7)*

Se mencionó también la necesidad de concienciar a los agricultores y a las instituciones públicas sobre los beneficios económicos, sociales y medioambientales, y su viabilidad:

*"Podemos trabajar, pero tenemos que...no podemos ir por ahí como hippies diciendo que conservar semillas es bueno porque sí, porque no sé qué de soberanía alimentaria..."*

*no es suficiente. Tenemos que demostrar cifras y hemos demostrado que esto es viable porque es sinérgico, porque da dinero todo el año. Porque se hace con consociaciones que son rentables. Y porque podemos interactuar con la transformación y podemos interactuar con el turismo, y podemos interactuar con la venta en el mercado. Y no necesitamos de productos químicos para nada. Pero esto tiene que basarse en cifras. Para que haya... para que lleguemos a las políticas públicas, tenemos que demostrarles que funciona, que da dinero. No tiene sentido evitar lo obvio". (P2)*

*"En primer lugar, tenemos que hacer que la gente se dé cuenta de que conservando una semilla regional está contribuyendo realmente al bien común, a algo importante. Y entonces podrán empoderarse e incluso empezar a propagar más y trabajarían más en esta dirección (...) Creo que hay que centrarse en el valor añadido que representa para la gente el uso de semillas regionales. El hecho de que estén mejor adaptadas, sean más robustas y, por tanto, aporten un valor añadido a las personas. El valor de la conservación de la semilla en sí misma llegará a una minoría. Y tenemos que trabajar en eso, y eso es importante. Pero para llegar a una mayoría, tenemos que ir a por el resto. Tenemos que ir a por el hecho de que es una semilla que produce más, o que dura más, que utiliza menos agua, que tiene más cualidades nutritivas porque hoy en día, eso es todavía lo que le importa a la mayoría de la gente. Y al mismo tiempo, vamos a intentar que la minoría que cree que el valor de la semilla en sí mismo es suficiente para que garanticemos su continuidad. Ese número de personas aumenta cada vez más, pero tenemos que trabajar con las dos lógicas." (P4)*

Otra forma apuntada fue crear ayudas específicas para que los agricultores utilizaran variedades tradicionales:

*"Se podría dar una subvención directa a las variedades tradicionales, que ahora mismo no existe, si hubiera alguna medida específica para las variedades tradicionales sería útil. (...) Si no la hay, no hay una contribución directa, digamos, al mantenimiento de estas variedades" (P1)*

*"El propio PDR2020 [programa de financiación de la UE] podría tener, por ejemplo, incentivos para quienes inviertan en variedades regionales. Hay incentivos para varias cosas, no sé, para la agricultura familiar, para la agricultura ecológica, quién sabe, ¿quizá ese también podría ser uno?" (P4)*

*"Hay tantas subvenciones, ¿por qué no introducen las semillas tradicionales en su programa? Creo que sería un buen incentivo que realmente interesaría a nuestras autoridades superiores, ¿no? Promover las variedades tradicionales". (P5)*

*"Podrían crear condiciones especiales para los que están produciendo estas variedades en el territorio (...) Creo que debería haber algún tipo de discriminación positiva para este tipo de producción" (CP4).*

En el caso de la panificación y la posible utilización de variedades tradicionales, se mencionó la necesidad de una mayor vinculación entre la producción y la transformación: *"Contacto estrecho entre el panadero y el molinero, entre el molinero y el agricultor, porque el molinero iba a recoger el grano. El molinero tenía que estar en contacto con el agricultor, y luego el molinero con el panadero, ¿no? (...) Aquí también tiene que haber un trabajo en equipo, tiene que existir ese puente entre el agricultor, el molinero y el panadero. Tiene que haber esa cercanía, ¿no? Ser lo más directo posible"* (P3)

En el ámbito de las personas consumidoras, las principales ideas compartidas por muchos de los entrevistados hacían referencia a la comunicación y la educación sobre las variedades tradicionales para que exista una mayor concienciación y disposición a consumir variedades tradicionales. Algunos de los ejemplos citados se refieren al desarrollo de acciones de publicidad, sensibilización y formación:

*"Hay cosas que quizá, al menos a mí, nunca se me habría ocurrido probar o hacer. Y este intercambio [compartir conocimientos por parte del productor] me despierta la curiosidad: mira, voy a probarlo, va a ser hoy. Me lo llevo a casa y lo pruebo (...) Tenía que ser publicidad por cualquier medio. Para que llegue a las masas, a más gente, y además se asocie a algo, a la información. Tenía que ser un documental bien hecho que se proyectara en algún sitio y que se pudiera publicitar. No sé, algo orientado a lo que le pueda interesar al público "* (CP1).

*"Yo, por ejemplo, no puedo pensar en algo a menos que me hayan concienciado sobre ello. Ya sea a través de los medios de comunicación o de algún productor"* (CP3)

*"Más divulgación, más oportunidades de aprender sobre el tema, para que se convierta en una cuestión más importante y menos distante de la gente. (...) Creo que sería interesante tener más información sobre esto. También, [como] una forma de que la gente sea más consciente del tema, porque realmente creo que está muy alejado del conocimiento cotidiano, de la experiencia cotidiana. (...) Otras cosas que se podrían hacer son: hay documentales sobre esto, proyecciones de películas y charlas/debates en torno a este tema, también es una forma de que la gente esté más informada y concienciada, tanto consumidores como productores sobre el tema. Hay material, hay libros, hay películas, hay... si hubiera sesiones en torno a este tema que reunieran, no sé: autores de libros, debates en torno a libros, en torno a películas. Desempeñaría casi un papel pedagógico para que la gente empezara a saber más sobre el tema y a preocuparse más por él".* (CP4)

*"Invertir en marketing, invertir en comprensión... la gente tiene que darse cuenta de la relevancia de las cosas para consumirlas, ¿no? No voy a pagar un euro más por kilo si no me doy cuenta de cuál es el valor añadido para mí y mi familia, ¿verdad? Pagar ese euro de más por kilo o dos, ¿no? Aquí hay mucho de concienciación y marketing. Y para que la gente se dé cuenta de que puede valer la pena, vale la pena para varias cosas. (...) Explicar por qué una determinada cosa, sea lo que sea, ya sean manzanas o cerezas, vale la pena. Sensibilizar. Pero hay otra cosa: nadie compra lo que no conoce. Así que si la*

*gente no sabe, no compra. Ya sean verduras o cualquier otra cosa. La gente que no sabe, no compra" (CP5)*

*"Creo que si los consumidores se dan cuenta de que están ante un producto mejor, y que es portugués, una variedad portuguesa, si se anuncia, lo comprarán. Pagarán unos céntimos más por ese producto" (P1)*

*"Puede consistir en realizar breves acciones teórico-prácticas para el público interesado sobre lo que es la agroecología. Pero tiene que ser práctico" (P2)*

*"Hacer publicidad, hablar más de estas cosas. Ayuda hablar más de ello, pero el consumidor podría saber... 'Lo sé, lo vi en un programa de televisión'... vale, pero luego voy a la panadería de al lado y no hay nada... ¿dónde se puede conseguir? Tiene que haber más fabricación" (P3)*

*"Los consumidores se guían mucho por su propio bienestar, si demostramos que una manzana regional tiene mejores características nutricionales que una manzana comercial, los consumidores estarán más motivados para comerla" (P4)*

Entre las ideas de promoción también se mencionaron iniciativas relacionadas con el carácter histórico y gastronómico de las variedades tradicionales:

*"Creo que se podría aprender sobre la historia de las variedades. La historia con la que se asocian en los lugares de los que proceden. Siempre hay historias detrás de las alubias, por ejemplo, que son típicas de allí, de no sé qué. También saber cómo utilizar estas variedades, cómo cocinarlas, tener un enfoque más culinario, de diferentes usos y cociones asociadas a las diferentes variedades. (...) Así que: contar la historia que hay detrás. Que circule más información al respecto. Así como el origen, qué cultura se ha desarrollado en torno a esa variedad tradicional" (CP4)*

*"Cada vez oímos hablar más de los chefs... Hubo un proyecto aquí en nuestra región organizado por la CIM Tâmega e Sousa, que pretendía promocionar los productos locales, los productos regionales, y este programa fue promovido por varios chefs (...) Y es curioso porque los chefs buscan mucho este tipo de productos porque los consideran un elemento diferenciador de su cocina. Y cuando presentan un plato, dicen "plato xpto con cebolla blanca de Lisboa, postre hecho con higos Pingo De Mel. Una cabidela de gallina Pedrês..." y especifican el origen de su producto. Es curioso y creo que tiene un potencial inmenso, porque el consumidor también escucha y reconoce el valor añadido en la distinción de ese producto, ¿no? Como está en manos de un chef de renombre, la gente se da cuenta de que es un producto mejor, con más sabor o mejor calidad nutricional (...) Incluso organizar concursos, como ya hay algunos, por ejemplo de dulces regionales, podría haber concursos de otros productos regionales. No sé, la creación de cofradías. (...) Podría haber una cofradía de la alubia o de la cebolla, no sé, hay tantas cosas. Y creo que son interesantes los proyectos que dan a conocer el*

*producto y distinguen sus características. La creación de fichas nutricionales, por ejemplo. " (P4)*

En cuanto a la distribución y accesibilidad de las variedades tradicionales, también se mencionó la idea de aumentar la oferta de variedades tradicionales disponibles en más canales de venta, especialmente tiendas locales o canales cortos similares:

*"Tiene que haber oferta, porque la oferta también determina la demanda, ¿no? Si no hay oferta... Puedo ver a la gente en la panadería. Son personas que, si no estuviera esa panadería, probablemente nunca comerían pan con masa madre. Comen porque estamos allí. Así que tiene que haber gente haciéndolo". (P3)*

*"El incentivo de tener más mercados en la calle (...) [En Francia] una de las cosas que me fascina es la cantidad de mercados que tienen, son aficionados a los mercados. (...) Va todo al mercado, el lunes o el martes o el día que sea, normalmente semanalmente. Hay lugares donde es incluso es diario, y ahí es donde la gente se abastece. Hay mercados de varios tamaños y diversidades, pero es impresionante porque realmente son los productores locales". (CP1)*

*"Así que uno de los puntos cruciales creo que es, la accesibilidad, más disponibilidad, más facilidad para llegar a estas variedades". (CP4)*

Dentro del ámbito de la sensibilización, se observaron varias referencias a la promoción de la educación infantil y a la importancia de trabajar con las crianzas en esta temática:

*"Las escuelas son muy importantes. (...) Preparar comida debería ser una materia. Mira, ahora vamos a preparar cosas, cosas con alimentos de temporada. No es como abrir un libro y que una página hable de... claro que no. Es en la práctica. En la práctica, plantear estos temas como fundamentales no es secundario. Es fundamental, es básico". (P3)*

*"Creo que hay que empezar desde abajo. Si realmente quisiéramos cambiar un paradigma en Portugal, habría que empezar por la educación en las escuelas. Quién mejor que nuestras crianzas para empezar a concienciar, porque luego los niños acaban enseñando también a sus padres. Es más fácil ir a por los niños, creo yo." (P5)*

*"Otra forma que podría ser importante, la educación... en las escuelas hablando con los niños o los adolescentes, era dar a conocer las ventajas de alguna manera y así (...) incluir este tema de los alimentos y las variedades tradicionales en algún tipo de acción publicitaria. Siempre tengo mucha fe en los niños. Crear un programa que luego se pueda dar a conocer... O promover algún tipo de actividad en la que se pueda dar a conocer y explicar, por ejemplo, a los niños de una manera que puedan entender. (...) A los niños y también a los adultos. Algún tipo de programa educativo como parte de algún tipo de festival o feria o algo así." (CP1)*

*"Hay que empezar por los niños. Desde que son niños: "hay esa variedad del pueblo tan buena!", así cuando ven el nombre saben lo que es, de dónde viene, conocen las variedades y lo tienen en la cabeza" (CP7)*

Aún en el contexto de las medidas y formas de fomentar el uso y consumo de variedades tradicionales, se planteó la cuestión de quién debería actuar y liderar estas iniciativas. Los entrevistados mencionaron diversos tipos de organizaciones y actores, de carácter público, administrativo, comunitario, activista y educativo:

*"Sin duda, el ayuntamiento. Luego tenemos dos organismos muy importantes a nivel local, la CIM, Dolmen también es una organización que promociona los productos locales. Y luego las DRAP (Direcciones Regionales de Agricultura)" (P4)*

*"Creo que esto tendría que venir de arriba, de la Dirección General de Agricultura. Debería haber un plan para promover las variedades regionales, tanto entre los productores como entre los agricultores." (P5)*

*"Las organizaciones de la sociedad civil, asociaciones y plataformas que ya existen y hacen su trabajo también deberían continuar... continuar el trabajo de concienciación de la gente". (CP4),*

*"Las escuelas y universidades sin duda deberían organizarse mejor. Creo que ya hay algunas iniciativas. Por ejemplo, sé que los colegios tienen cada vez más huertos, organizan sus propios huertos, y también sé que hay huertos comunitarios en la universidad". (CP6)*

*"Los consejos comunales, los ayuntamientos, las asociaciones de productores, las escuelas, todo, todo el mundo tiene un papel, sin duda" (CP7)*

Sin embargo, cabe señalar que una de las entidades más mencionada tanto por las personas productoras como por los personas coproductoras fue el Estado y la administración pública, con una percepción compartida de que su papel y sus acciones (políticas, ejecutivas) son fundamentales:

*"El Estado no puede depender sólo de los productores. Debería depender también de las instituciones [para la preservación y un mayor uso de las tradicionales]"(P1).*

*"Creo que todo esto es una cuestión tan amplia, y que influye en tantas pequeñas cuestiones, que realmente tiene que ser con mucha voluntad por parte del gobierno para aplicar medidas y políticas que aporten alguna ventaja a la utilización de este tipo de variedad. (...) si realmente fuera una cuestión del gobierno [debería] implementar medidas de apoyo. Porque así es como se suele educar a la gente. Y nuestras autoridades superiores tienen que estar sensibilizadas con este tipo de cuestiones, y querer que este tipo de cuestiones formen parte de su agenda" (P5).*

*"Son nuestras autoridades, es a través de las Direcciones Generales, tiene que ser a nivel de poder. (...) Creo que hay mucho trabajo previo entre bastidores" (CP3)*

*"Creo que ahí es donde entra el Estado. Porque hay muchas semillas que se obtienen, y se obtienen porque se conocía a un agricultor o porque alguien en casa todavía las tiene, o por otra cosa. (...) Y ése es un papel que el Estado podría asumir en la agricultura, ¿no? (...) Porque el agricultor hace naturalmente esa elección. Elige las que vienen primero, elige las mejores manzanas, elige toda una serie de cosas. (...) Y por eso esta cultura de la preservación debería ser asumida un poco por el Estado" (CP5)*

Finalmente, como última categoría dentro del tema del uso y consumo de variedades tradicionales, se abordó el papel que pueden desempeñar en la mejora e incremento de la soberanía alimentaria.

*"[El papel de las variedades tradicionales en la agricultura] es fantástico, no tenemos que ir a comprar semillas a ninguna parte. Ahora que llegan las nuevas leyes sobre transgénicos, no tenemos que lidiar con esos malditos. Y somos libres, somos libres de plantar lo que queramos, ¿no? (...) Eso es, es la libertad de poner en la tierra lo que queramos poner en la tierra, y la soberanía alimentaria, que es: en una región, la gente trabajando junta de tal manera que se preserve lo que hay y no tener que salir fuera. Eso es el derecho a la alimentación (...) la soberanía alimentaria es no depender de estos frikis. (...) También puede pasar por esto [el uso de tradicionales] para darse cuenta de que la agroecología es el camino hacia la sostenibilidad económica, social y medioambiental, pero económica. Si se ve, si se pone un marco financiero y una visión sólida, hace dinero. Hace dinero, verticaliza, funciona. Ya puedo sentirlo. Se trata de decir: no tenéis que cultivar transgénicos para que seamos económicamente viables. Eso no es económicamente viable, tiene un impacto social porque va a matar a gente" (P2)*

*"Creo que las variedades regionales, al ser variedades mejor adaptadas a nuestro clima, a nuestras condiciones, a nuestro suelo, son muy importantes en términos de soberanía alimentaria, porque nos permiten ser más resilientes y hacer frente mejor a la escasez de agua, de suelo..." (P4).*

*"[importancia para la soberanía alimentaria] Sí, así no tienes que importar tanto, no tienes que importarlo al extranjero. Yo creo que sí. (...) Las cosas son mejores, no hay que transportarlas, y a lo mejor es hasta más ecológico, gastas menos en transporte." (CP2)*

*"Pueden ser importantes [las variedades tradicionales] para definir mejor lo que es la proximidad. Y también pueden ser importantes para introducir otro tipo de alimentos". (CP3)*

*"Creo que sería un plus muy interesante, ¿no? No creo que sea un factor obligatorio para la soberanía alimentaria. Pero creo que sería muy favorable si lo fuera. Combinar la capacidad de ser autosuficientes en nuestra alimentación con la capacidad de crear*

*sistemas alimentarios justos utilizando variedades locales. Con toda su historia y su papel en la cultura alimentaria de los distintos lugares. Creo que eso sería la guinda del pastel: poder hacer un trabajo tan completo". (CP4)*

En este último bloque de análisis, se observó un alto nivel de convergencia en las percepciones e ideas sobre como promover las variedades tradicionales, que, en línea con las percepciones compartidas en los otros bloques, parecen tener que hacerse tanto por el lado de la producción como del consumo. La existencia de subvenciones específicas y un mayor apoyo a los agricultores que conservan y cultivan variedades tradicionales son percibidas como algunas de las acciones que deberían priorizarse en apoyo de la producción. El acercamiento de la sociedad en general ya sea de la ciudadanía o de las instituciones, a los agricultores y a la actividad agraria también se considera prioritario y de interés comunitario. En relación con este planteamiento está el trabajo de divulgación, educación y promoción, que se mencionó como necesario para sensibilizar a las personas consumidoras de manera que puedan tomar decisiones mejor informadas. Y vinculado a todas estas líneas de acción que se han mencionado, cabe señalar que la percepción común de los entrevistados fue que los órganos de administración pública, encabezados por la figura del Estado, tienen una responsabilidad y al mismo tiempo un poder clave para facilitar estos cambios.

## 6. Conclusiones

Finalizado el trabajo de campo y el análisis de los datos, a continuación se presentan las principales conclusiones de esta investigación, tomando como punto de referencia las preguntas de partida y los objetivos definidos.

De este modo, y en términos generales, en lo que respecta a la realidad de las variedades locales en el contexto del AMAP Porto, estas no representan propiamente un tema de conversación habitual ni un objetivo hasta hora trabajado dentro de la dinámica del grupo. Sin embargo, como pudimos observar y constatar, existe una concienciación por parte de las personas productoras sobre la importancia y los beneficios potenciales asociados a la preservación y utilización de las variedades tradicionales.

Esta conciencia, y el conocimiento asociado a ella, se materializa en la práctica por parte de algunos de las personas productoras, que utilizan las variedades tradicionales en varios de sus principales cultivos, e incluso algunos de ellos hacen preservación de semillas. En tales casos, las motivaciones y percepciones asociadas a dichas prácticas fueron percibidas como parte de su forma de estar y hacer agricultura, estando muy presente la noción de la conexión y el valor que la biodiversidad cultivada tiene para la sostenibilidad de los agroecosistemas y la soberanía alimentaria.

Los demás personas productoras - como ya se ha mencionado - son conscientes del valor añadido que aporta el uso de variedades tradicionales, pero, como ellos mismos indicaron,

existen ciertos factores que les impiden o limitan a la hora de utilizaren variedades tradicionales. Dos de los factores que destacaron fueron la incertidumbre de la viabilidad económica sobre su modelo de negocio y la estructura y el tipo de actividad que tienen.

Ha sido posible también identificar algunas de las dificultades y dinámicas asociadas al uso de variedades tradicionales, muchas de las cuales fueron señaladas por las personas productoras como resultado de conocimientos de experiencias anteriores. En otras palabras, asociadas el resultado del aprendizaje del uso de las variedades tradicionales que ellas y ellos tuvieron con el paso del tiempo. Entre las dificultades compartidas, se destaca la incertidumbre, o al menos una mayor tendencia para tal, en la cantidad de producción que puede dar un cultivo tradicional, factor que se reconoce que tiene un enorme impacto en los agricultores comunes que viven de la agricultura.

En cuanto a las ventajas, se reconoció unánimemente que las variedades tradicionales están mejor adaptadas a los territorios de los que proceden, lo que garantiza una contribución mucho mayor a la tierra y una tendencia a ser más resistentes a los factores externos (clima, temperaturas, plagas, entre otros). También fue de interés observar el reconocimiento de sus ventajas culinarias, en particular sus características de mejor sabor, consistencia y facilidad de cocción, así como el valor patrimonial y cultural de las variedades tradicionales.

Por lo que respecta a las personas coproductoras, y según ha informado la mayoría de ellos, las variedades tradicionales no suelen ser un criterio de compra ni se suelen tener en cuenta, a excepción de algunas de las especies y variedades más populares. Muchos de las personas coproductoras también reconocieron tener un conocimiento escaso o nulo de las variedades tradicionales. Sin embargo, su opinión y sus percepciones son unánimes en cuanto al valor añadido, la importancia y la necesidad de preservar las variedades tradicionales. Además, se constató un alto grado de interés y apoyo a la conservación y aumento de la accesibilidad y consumo de este tipo de variedades dentro de la propia AMAP Porto, pero sobre todo entre la población en general y también en otros canales de venta.

Por último, se constató una percepción común entre personas productoras y personas coproductoras de que la AMAP puede desempeñar, y de hecho desempeña, un papel en la defensa de las variedades tradicionales y en el apoyo a su preservación. Las principales acciones identificadas como necesarias para apoyar la preservación fueron una mayor educación alimentaria y la divulgación y promoción de las variedades tradicionales entre las personas consumidoras; así como un mayor apoyo desde diversos ángulos (político, financiero, logístico y científico) a los agricultores para que las puedan cultivar.

En conclusión, se considera que se han alcanzado los objetivos de investigación establecidos y que ha sido posible analizar el uso y conocimiento de las variedades tradicionales entre las personas productoras de la AMAP, así como identificar el grado de conocimiento, consumo y motivaciones entre las personas coproductoras. También fue posible conocer la percepción existente sobre las ventajas y dificultades asociadas al

uso y consumo de variedades tradicionales, así como analizar algunas de las dinámicas y formas utilizadas para superar estos desafíos. Asimismo, se pudo percibir el estado de la cuestión de la biodiversidad cultivada en el contexto de la acción de AMAP Porto, y conocer las percepciones del grupo sobre el papel y la contribución que el colectivo puede tener en su territorio en el apoyo a la defensa de las variedades tradicionales y en la lucha por la soberanía alimentaria.

Finalmente, y teniendo en cuenta las limitaciones de tiempo y recursos que existieron para el desarrollo de este trabajo, la riqueza de los contenidos identificados en el trabajo de campo induce a considerar que podría ser de utilidad el desarrollo de futuras líneas de investigación en torno a esta temática. Dichas líneas de investigación podrían continuar la aproximación y prediagnóstico iniciados, y profundizar en el análisis de los significados que existen en el objeto de estudio, pudiéndose quizás incorporar un carácter más participativo a la investigación y en una dimensión temporal más amplia. Otra idea que creo que podría ser de interés sería considerar la extensión del estudio de este tema (biodiversidad cultivada) a otras AMAPs y grupos de consumo, e incluso considerar su inclusión dentro del ámbito de la propia Red Regenerar. La particularidad de este tipo de iniciativas y su fuerte vinculación con la agroecología las convierten, en mi opinión, en objetos de estudio adecuados para este tema.

## 7. Bibliografía

- Alonso Mielgo, A. M., & Guzmán Casado, G. I. (2001). *Producer and consumer associations of ecological produce in Andalusia* [IMPACT working paper ES4]. Instituto de Sociología y Estudios Campesinos.
- Altieri, M. A. (1999). *Agroecología: Bases científicas para una agricultura sustentable*. Nordan Comunidad.
- AMEP (2014-2016). (s. f.). Moving Cause. <https://movingcause.org/arquivo/amep-2014-2016/>
- Aoki, K. (2009). Free Seeds, Not Free Beer: Participatory Plant Breeding, Open Source Seeds, and Acknowledging User Innovation in Agriculture. *Fordham Law Review*. <https://ssrn.com/abstract=1390273>
- Arce, R. S. (2000). La entrevista en el trabajo de campo. *Revista de Antropología Social*, 9, 105-126.
- Barata, A. M. (2010). *Salvaguarda e Utilização do Património Genético Vegetal Português – Factor de Soberania Nacional*. 1-8.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods* (4th ed). Oxford University Press.
- Cabeza, M. D. (2017). Reestructuración del sistema agroalimentario globalizado en el capitalismo terminal. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 139, 13-25.
- Cabeza, M. D. (2021). El sistema agroalimentario globalizado: Imperios alimentarios y degradación social y ecológica. *Revista de Economía Crítica*, 2(10), Article 10.
- Candolle, A. de. (1883). *Origine des plantes cultivées*. (Marseille).
- Caravana Agroecológica. (2021). 15. *Rede Regenerar—Rede Portuguesa de Agroecologia Solidária* (15). <https://podcasters.spotify.com/pod/show/caravana-agroecologica/episodes/15--Rede-Regenerar---Rede-Portuguesa-de-Agroecologia-Solidaria-eqjpb8>
- Carta de Princípios -Base Orientadora Para a Criação e Funcionamento das AMAP em Portugal*. (s. f.). AMAP · CSA - Rede Portuguesa de Agroecologia Solidária — REGENERAR. <https://amap.movingcause.org/carta-de-principios/>
- Carvalho, A. M., Barros, L., & Ferreira, I. C. F. R. (2011). *Alimentos do passado, nutrientes de futuro! Inventariação e caracterização de espécies com interesse alimentar presentes nos agroecossistemas da Terra-Fria Transmontana*. Workshop Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável., Bragança. <http://hdl.handle.net/10198/4621>
- Collado, Á. C., Montiel, M. S., & Sánchez, I. V. (2009, mayo 25). *La desafección al sistema agroalimentario: Ciudadanía y redes sociales*. I Congreso Español de Sociología de la Alimentación, Gijón. [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/22961/file\\_1.pdf;sequence=1](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/22961/file_1.pdf;sequence=1)
- Collado, Á. C., Sánchez, I. V., & Cuéllar-Padilla, M. (2012). La transición social agroecológica. En *Perspectiva y prácticas desde la agroecología política* (pp. 81-102). Icaria.

- Como criar (não uma mas) 5 AMAPs—E uma CSA?* (2021, abril 6). AMAP · CSA - Rede Portuguesa de Agroecologia Solidária — REGENERAR. <https://amap.movingcause.org/criar-amap-csa/>
- DGAV. (2021). *Produção e certificação de sementes*. DGAV - Direção Geral de Alimentação e Veterinária. <https://www.dgav.pt/plantas/conteudo/sementes-plantas-e-variedades/sementes/producao-e-certificacao-de-sementes/>
- Esquinas-Alcázar, J. (2005). Protecting crop genetic diversity for food security: Political, ethical and technical challenges. *Nature Reviews Genetics*, 6(12), 946-953. <https://doi.org/10.1038/nrg1729>
- ETC Group. (2017). *Who Will Feed Us? The Peasant Food Web vs. The Industrial Food Chain* (3<sup>o</sup> Edición). ETC Group. <https://etcgroup.org/sites/www.etcgroup.org/files/files/etc-whowillfeedus-english-webshare.pdf>
- FAO. (1996). *The State of the World's Plant Genetic Resources for Food and Agriculture*. FAO. <https://www.fao.org/3/w7324e/w7324e.pdf>
- FAO. (2006). *Building on Gender, Agrobiodiversity and Local Knowledge*. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). <https://www.fao.org/3/y5609e/y5609e00.htm#Contents>
- FAO. (2009). *Tratado internacional sobre los recursos fitogenéticos para la alimentación y la agricultura*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). <https://www.fao.org/3/i0510s/i0510s.pdf>
- FAO. (2010). *The Second Report on the State of the World's Plant Genetic Resources for Food and Agriculture*. FAO. <https://www.fao.org/3/w7324e/w7324e.pdf>
- FAO. (2019). *The State of the World's Biodiversity for Food and Agriculture* (p. 572). FAO Commission on Genetic Resources for Food and Agriculture Assessments. <http://www.fao.org/3/CA3129EN/CA3129EN.pdf>
- FAO. (1999, septiembre). Agricultural Biodiversity. *Background Paper 1. Multifunctional Character of Agriculture and Land*, Maastricht, Netherlands.
- Farelo, C. M. M. L. (2018). *Renovar as sementes tradicionais através do compromisso e envolvimento dos cidadãos a partir de uma ecologia integral: Estudo de caso: Círculos de Sementes* [Dissertação de mestrado, Iscte - Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório do Iscte. <http://hdl.handle.net/10071/18769>
- Farnsworth, R. L., Thompson, S. R., Drury, K. A., & Warner, R. E. (1996). Community supported agriculture: Filling a niche market. *Journal of Food Distribution Research*, 27(1), 90-98. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.27792>
- Fernández, J. M. E., & Sánchez, J. M. E. (2013). *Libro rojo de las variedades locales de la Región de Murcia*. RAERM (Red de Agroecología y Ecodesarrollo de la Región de Murcia).
- Fernández, J. M. E., Sánchez, J. M. E., Sánchez, I. E., & Núñez, D. R. (2015). *Cultivos promisorios para enfriar el clima y alimentar al mundo: Una propuesta agroecológica para tierra de iberos*. Integral, Asociación para el Desarrollo Rural.

- Ferrão, J. E. M., Caixinhas, Maria Lisete, & Liberato, Maria Cândida. (2008). A ecologia, as plantas e a interculturalidade. En *Portugal: Percursos de interculturalidade, Vol. I*. Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas (ACIME). [https://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/182327/1\\_PI\\_Cap3.pdf/c98ccecac-c635-4abf-bd58-c0083d0d9416](https://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/182327/1_PI_Cap3.pdf/c98ccecac-c635-4abf-bd58-c0083d0d9416)
- F.N. (2016, febrero). Produtores e Consumidores...Em movimento. *MAPA - Jornal de Informação Crítica*, 39.
- Friedmann, H., & McMichael, P. (1989). Agriculture and the state system: The rise and decline of national agricultures, 1870 to the present. *Sociologia Ruralis*, 29(2), 93-117. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.1989.tb00360.x>
- Gliessman, S. R. (2002). *Agroecologia: Processos ecológicos en agricultura sostenible*. CATIE.
- GRAIN. (2015). *UPOV 91 y otras leyes de semillas: Guía básica acerca de cómo las grandes empresas semilleras intentan controlar y monopolizar las semillas*. GRAIN. <https://grain.org/es/article/5315-upov-91-y-otras-leyes-de-semillas-guia-basica-acerca-de-como-empresas-intentan-controlar-y-monopolizar-las-semillas>
- GRAIN. (2022, noviembre 28). *Who profits under UPOV?* GRAIN. <https://grain.org/en/article/6921-who-profits-under-upov>
- GRAIN, Red de Coordinación en Biodiversidad, & Grupo Semillas. (2020a). *Cuaderno de Biodiversidad #3: Un espejismo contra las semillas campesinas*. Colectivo de Semillas de América Latina y Alianza Biodiversidad. <https://www.biodiversidadla.org/Agencia-de-Noticias-Biodiversidadla/Cuadernos-Biodiversidad-del-1-al-4-Defender-nuestras-semillas>
- GRAIN, Red de Coordinación en Biodiversidad, & Grupo Semillas. (2020b). *Cuaderno de Biodiversidad #5: UPOV: El gran robo de las semillas*. Colectivo de Semillas de América Latina y Alianza Biodiversidad. <https://www.biodiversidadla.org/Agencia-de-Noticias-Biodiversidadla/Cuadernos-Biodiversidad-del-1-al-4-Defender-nuestras-semillas>
- GRAIN, Red de Coordinación en Biodiversidad, Grupo Semillas, & Camila Montecinos (Anamuri). (2021). *UPOV: el gran robo de las semillas. Por eso debemos defenderlas*. Colectivo de Semillas de América Latina y Alianza Biodiversidad. <https://grain.org/system/articles/pdfs/000/006/645/original/EI%20gran%20robo-6MAR.pdf?1617726752>
- Guedes, M. R. T. C. (2022). *Qual o papel dos bancos de sementes na justiça alimentar e na transição socioecológica?* [Dissertação de mestrado, Iscte - Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório do Iscte. <http://hdl.handle.net/10071/26972>
- Harlan, J. R. (1971). Agricultural Origins: Centers and Noncenters. *Science*, 174(4008), 468-474. <https://doi.org/10.1126/science.174.4008.468>
- Harvey, D. (2003). *The new imperialism*. Oxford University Press.
- Hernández, D. G. (2023, febrero). *Estrategias Metodológicas de Investigación Social*. Metodologías Agroecológicas I, UNIA: Mastér Agroecología.

- Humboldt, A. von, Bonpland, A., Schoell, F., & J.G. Cotta'sche Buchhandlung. (1807). *Essai sur la géographie des plantes: Accompagné d'un tableau physique des régions équinoxiales, fondé sur des mesures exécutées, depuis le dixième degré de latitude boréale jusqu'au dixième degré de latitude australe, pendant les années 1799, 1800, 1801, 1802 et 1803*. Chez Fr. Schoell, libraire, rue des Maçons-Sorbonne, no. 19 ; Chez J.G. Cotta, libraire Paris, Et a Tübingue.
- Ibáñez, J. (2016). Perspectivas de la investigación social: El diseño en las tres perspectivas. En *El análisis de la realidad social: Métodos y técnicas de investigación* (Cuarta edición, tercera reimpression, pp. 42-75). Alianza.
- INIA. (2008). *Country report on the State of Plant Genetic Resources for Food and Agriculture in Portugal: Second Portuguese National Report on Conservation and Sustainable Utilization of Plant Genetic Resources for Food and Agriculture* (The State of the World's Plant Genetic Resources for Food and Agriculture 2: country reports). Instituto Nacional de Recursos Biológicos (INIA). The State of the World's Plant Genetic Resources for Food and Agriculture
- Khoury, C. K., Achicanoy, H. A., Bjorkman, A. D., Navarro-Racines, C., Guarino, L., Flores-Palacios, X., Engels, J. M. M., Wiersema, J. H., Dempewolf, H., Sotelo, S., Ramírez-Villegas, J., Castañeda-Álvarez, N. P., Fowler, C., Jarvis, A., Rieseberg, L. H., & Struik, P. C. (2016). Origins of food crops connect countries worldwide. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 283(1832), 20160792. <https://doi.org/10.1098/rspb.2016.0792>
- Kloppenborg, J. R. (1988). *First the seed: The political economy of plant biotechnology, 1492-2000*. Cambridge University Press. <https://archive.org/details/firstseedpolitic0000klop>
- Kneafsey, M., Venn, L., Schmutz, U., Balázs, B., Trenchard, L., Eyden-Wood, T., Bos, E., Sutton, G., & Blackett, M. (2013). *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics* (F. Santini & S. Gomez y Paloma, Eds.; EUR 25911). Publications Office of the European Union. <http://ipts.jrc.ec.europa.eu/publications/pub.cfm?id=6279>
- Leavy, P. (Ed.). (2014). *The Oxford handbook of qualitative research*. Oxford University Press.
- Marques, M. H. A. G. (2014). *Para não perder o inço. Práticas, discursos e conflitos em torno da guarda de sementes*. [Tese de doutoramento, Iscte - Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório do Iscte. <http://hdl.handle.net/10071/8811>
- Marsden, T., Banks, J., & Bristow, G. (2000). Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 424-438. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>
- Moreira, S. (2023). *Uma AMAP, 93 barrigas: Retrato de uma comunidade que apoia a agricultura no Porto* [Relatório interno]. AMAP.
- Moreira, S. (2018, Fevereiro-Abril). A economia nas nossas mãos—Epílogo à Rede de Economia Solidária do Porto. *MAPA - Jornal de Informação Crítica*, 23,26.
- Moreira, S. (2019, enero 9). Nasce uma rede de agroecologia solidária em Portugal. *MAPA - Jornal de Informação Crítica*, 34-35.

- Mormont, M., & Van Huylenbroeck, G. (2001). *A la recherche de la qualité. Analyses socioéconomiques sur les nouvelles filières agro-alimentaires*. Éditions de l'Université de Liège.
- Moving Cause. (2015). *AMAP: Comunicado à imprensa*. Moving Cause. <https://movingcause.org/blog/2015/11/25/amap-comunicado-a-imprensa/>
- Moving Cause. (2018). *Comunicado: Novos vôos para a AMAP*. Moving Cause. <https://movingcause.org/blog/2018/07/13/comunicado-novos-voos-para-a-amap/>
- Naredo, J. M., & Capilla, A. V. (Eds.). (1999). *Desarrollo económico y deterioro ecológico*. Fundación Argentaria : Visor.
- Nyeleni. (2019). *Semillas campesinas – derechos y poder* (3). Nyeleni. [https://nyeleni.org/DOWNLOADS/newsletters/Nyeleni\\_Newsletter\\_Num\\_38\\_ES.pdf](https://nyeleni.org/DOWNLOADS/newsletters/Nyeleni_Newsletter_Num_38_ES.pdf)
- Nyeleni, La Vía Campesina, & GRAIN. (2019). *Semillas campesinas, el corazón de la lucha por la soberanía alimentaria* (38). Nyeleni. [https://nyeleni.org/DOWNLOADS/newsletters/Nyeleni\\_Newsletter\\_Num\\_38\\_ES.pdf](https://nyeleni.org/DOWNLOADS/newsletters/Nyeleni_Newsletter_Num_38_ES.pdf)
- Olabuénaga, J. I. R. (2003). *Metodología de la investigación cualitativa* (3º). Universidad de Deusto. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:185813938>
- Parente, C., Pinho, V., Moreira, S., & Almeida, F. (2021). *Encontros por uma Primavera Agroecológica 2021—Relato de Evento*. REGENERAR - Rede Portuguesa de Agroecologia Solidária. <https://amap.movingcause.org/wp-content/uploads/sites/5/2021/06/Como-criar-AMAPs-CSA-Relato-PrimaverAE-.pdf>
- Pérez Neira, D., Rodríguez, D. C., Cabeza, M. D., Montiel, M. S., & Fernández, X. S. (2012). *Alimentos Viajeros: ¿Cuántos kilómetros recorren los alimentos antes de llegar a tu plato?* Amigos de la Tierra.
- Pérez Neira, D., & Vázquez Meréns, D. (2008). *Alternativas ao sistema agroalimentario (capitalista) desde a produção-consumo experiências em Andalucía*. I Congreso de Agroecología y Agricultura Ecológica de Galicia, Monforte de Lemos.
- Ploeg, J. D. van der. (1990). *Labor, Markets, and Agricultural Production*. Westview Press.
- Ploeg, J. D. van der. (2010). *Nuevos campesinos: Campesinos e imperios alimentarios* (1a. ed). Icaria.
- Pretty, J. N. (1995). *Regenerating agriculture: Policies and practice for sustainability and self-reliance*. Joseph Henry Press.
- Projeto ReSEED (Director). (2021, octubre 12). *Mesa redonda: Desaparecimento de variedades locais: Causas e possíveis soluções—FICA OEIRAS 2021*. [https://www.youtube.com/watch?v=\\_K\\_qyzTH7zs](https://www.youtube.com/watch?v=_K_qyzTH7zs)
- Queiroga, R., Encarnação, M., & Horstink, L. (s. f.). *Análise da situação da agroecologia em Portugal 2020* (trAEce – Formação Vocacional em Agroecologia para Agricultores). NAIK Agrárgazdasági Kutatóintézet. <https://traece.eu/documents/#>

- Quivy, R., & Campenhoudt, L. van. (2005). *Manual de investigação em ciências sociais* (4. ed). Gradiva Lisboa.
- RE.CI.PRO.CO. (2007). *Guia Conceptual e Metodológico—RE.CI.PRO.CO RElação de Cidadania entre PROdutores e CONsumidores*. Rede Portuguesa LEADER+.
- Reina-Usuga, L., Gimenez, T., & Parra-López, C. (2016). *Los canales cortos de comercialización: Explorando los mercados campesinos para dinamizar la soberanía alimentaria*. 30-33.
- Renting, H., Marsden, T., & Banks, J. (2003). Understanding Alternative Food Networks: Exploring the role of Short Food Supply Chains in rural development. *Environment and Planning A*, 35, 393-411. <https://doi.org/10.1068/a3510>
- Rubio Martín, M. J., & Varas, Jesús. (2011). *El análisis de la realidad en la intervención social: Métodos y técnicas de investigación* (4ª ed). CCS.
- Saldaña, J. (2016). *The coding manual for qualitative researchers* (3. edition). SAGE.
- Sevilla Guzmán, E. (2002). A perspectiva sociológica em Agroecologia: Uma sistematização de seus métodos e técnicas. *Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável*, 3, 18-28.
- Soler Montiel, M. M., & Calle Collado, Á. (2010). Rearticulando desde la alimentación: Canales cortos de comercialización en Andalucía. En Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico (Ed.), *Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza* (pp. 259-283). Junta de Andalucía. Consejería de Cultura.
- Soria, I. A. M. (2016). *Aproximaciones a la agroecología en Portugal. De la pequeña agricultura familiar y tradicional a la agricultura ecológica, y de los canales cortos de comercialización a la soberanía alimentaria: Prácticas, racionalidades y resistencias* [Universidad de Córdoba]. <http://hdl.handle.net/10396/15878>
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (2002). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*. Ediciones Paidós Barcelona.
- Toledo, V., Barrera-Bassols, N., & Boege, E. (2019). *¿Qué es la Diversidad Biocultural?* (1st ed.). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Torres, C., Batista, D., Costa, M. R., & Martínez, S. G. (2013). *Hortas Tradicionais do Sul de Portugal—Uma perspetiva histórica*. Campo Arqueológico de Mértola. <http://hdl.handle.net/10400.26/5478>
- Vara-Sánchez, I., & Padilla, M. C. (2013). *Biodiversidad cultivada: Una cuestión de coevolución y transdisciplinariedad*.
- Vavilov, N. I. (1926). Studies on the Origin of Cultivated Plant. En *Bull. Appl. Botany Gen. Plant Breeding*.
- Vavilov, N. I. (1920). *The law of homologous series in heritable variation*. III All-Russian Congress on Breeding and Seed Production, Saratov.
- Vavilov, N. I., Reznik, S., & Stapleton, P. (1997). *Five Continents* (L. E. Rodin, Ed.; D. Love, Trad.). International Plant Genetic Resources Institute; VIR.
- West, P. C., Gerber, J. S., Engstrom, P. M., Mueller, N. D., Brauman, K. A., Carlson, K. M., Cassidy, E. S., Johnston, M., MacDonald, G. K., Ray, D. K., & Siebert, S. (2014). Leverage points for improving global food security and the environment. *Science*, 345(6194), 325-328. <https://doi.org/10.1126/science.1246067>

Zohary, D., Hopf, M., & Weiss, E. (2012). *Domestication of Plants in the Old World: The origin and spread of domesticated plants in Southwest Asia, Europe, and the Mediterranean Basin*. Oxford University Press.  
<https://doi.org/10.1093/acprof:osobl/9780199549061.001.0001>

## Anexos

### Anexo 1 – Encuesta para las personas coproductoras sobre el conocimiento y consumo de variedades locales

#### Introducción y agradecimiento

##### A. Identificación:

##### 1) Edad

- Menos de 20
- 20-40
- 40-60
- Más de 60

##### 2) Género

- Hombre
- Mujer
- No binario
- Prefiero no decir
- Otro

##### B. Hábitos de consumo:

##### 3) ¿Dónde compra o adquiere los productos agrícolas habitualmente?

Lugar	Nada	Poco	Mucho
Grandes superficies			
Supermercados			
Mercados			
Mercadillos			
Tiendas de barrio			
Grupos de consumo			
Cooperativas de productos ecológicos			
Compro directamente al productor			
Autoconsumo (huerta propia o vecinal)			

##### 4) Comparado con otras cosas importantes, la alimentación para usted es algo:

- Nada importante
- Poco importante
- Bastante importante
- Muy importante

##### 5) En términos generales, ¿se fía del todo de que la fruta y verdura que compra no tienen ningún riesgo para la salud?

- No me fío nada
- Me fío poco
- Me fío mucho
- Me fío del todo
- No sé, depende.

6) Si ha indicado "No lo sé, depende" en la pregunta anterior, indique por favor los factores de los que depende su confianza.

**C. Criterios de consumo**

7) Por favor, clasifique del 1 al 5 (siendo 1 "nada importante" y 5 "extremadamente importante") la importancia de los siguientes aspectos cuando vaya a comprar productos agrícolas:

	1	2	3	4	5
Procedente de la agricultura familiar					
Saber quién ha producido					
Ser de temporada					
Ser un producto fresco y de calidad					
Tener sabor					
Ser local					
Ser de variedades autóctonas o tradicionales					
Ser variedades que me gustan					
Ser productos de agricultura ecológica (que no tenga "químicos")					
Ser lo más económicos					
Ser visualmente hermoso					

**D. Con respecto a las variedades locales:**

Existen variedades de productos agrícolas que podemos considerar tradicionales. Para responder a las siguientes preguntas, considere una variedad agrícola tradicional como una *variedad heterogénea, originada por los agricultores a través de un proceso de selección y mejora continuas durante décadas y adaptada a las condiciones de la zona de cultivo.*

- 8) ¿Puede nombrar algunas características que deben tener estas variedades para ser consideradas tradicionales?
- 9) ¿Puede indicar algunas variedades tradicionales de productos agrícolas que conozca? Por favor, para cada especie que conozca, y si conoce los nombres de las variedades, indíquelo: Especie + Variedades tradicionales (ejemplo: Col – gallega, portuguesa)

10) ¿Cree que existen variedades en peligro de extinción?

- Sí
- No

11) ¿Sabe si hay algún colectivo o institución dedicada a protegerlas?

- Sí
- No

12) Si ha indicado "Sí" en la pregunta anterior, indique qué instituciones o movimientos conoce:

13) Por favor, clasifique de 1 a 5 (siendo 1 "nada relevante " y 5 "extremadamente relevante") las razones por las que **consume** variedades tradicionales de productos agrícolas:

	1	2	3	4	5
Son bonitas					
Me recuerdan a la cocina casera tradicional de otros tiempos					
Me permiten hacer mejores recetas					
Tienen un mejor sabor que las variedades convencionales					
Ayudan a mantener la agricultura local de pequeña escala					
Colaboro para mantener la cultura que se ha desarrollado a su alrededor (gastronómica, identidad, manejo, cultivo...)					
Estoy en contra de que la agricultura sea solo una industria.					
Creo que serán de producción más cercana.					

14) Por favor, clasifique de 1 a 5 (siendo 1 "nada relevante" y 5 "extremadamente relevante") las razones por las que **no consume** variedades tradicionales de productos agrícolas:

	1	2	3	4	5
Me aburro porque son siempre las mismas					
No las encuentro en mis lugares de compra					
Tienen un precio mayor al de las variedades comerciales					
No sé cómo cocinarlas/comerlas					
Indiferencia, no son lo habitual					
Es un aspecto que no tengo en cuenta					

15) ¿Pagaría más por variedades locales si las encontrase en su punto de compra habitual y le garantizaran que es ecológica o de agricultura familiar?

- Sí
- No

16) ¿Además de participar en la AMAP Porto, participa usted en algún otro colectivo ecologista o cooperativa ecológica?

- Sí
- No

17) Si ha indicado "Sí" en la pregunta anterior, indique qué grupos o asociaciones conoce:

18) ¿Participaría en algún colectivo de este tipo si esto sirviera para proteger y promover las variedades locales?

19) ¿Podría dejarnos sus datos de contacto (correo electrónico, teléfono móvil) para una posible entrevista presencial de seguimiento sobre este estudio?

Los datos sólo se utilizarán para programar la entrevista a realizar en julio.

Su respuesta ha sido enviada. Muchas gracias por su participación y su contribución.

## **Anexo 2 - Guiones para las entrevistas**

### **A. Identificación (Variables Sociodemográficas):**

1. Edad
2. Afiliación a AMAP
3. Localidad
4. Tipo de participación (productor, consumidor, dinamizador)
5. Fecha de la entrevista
6. Ubicación

### **Versión para personas Productoras**

#### **Introducción y agradecimiento**

#### **B. Contexto y motivaciones**

1. ¿Historia de la relación con la agricultura. Desde cuándo se dedica a la agricultura?  
¿Trabaja en la agricultura a tiempo completo/parcial?
2. ¿Motivaciones que llevaron a dedicarse a la agricultura?
3. ¿Qué tipo de cultivos tiene y por qué?

#### **C. Manejo y variedades**

4. ¿Usa variedades tradicionales en sus cultivos? ¿Cuáles?
5. ¿Cómo obtiene las semillas?
6. ¿Qué ventajas y desventajas/riesgos tiene la producción de variedades tradicionales en comparación con las variedades convencionales/híbridas?

#### **D. Percepciones**

7. ¿Por qué las utiliza?
8. ¿Por qué son importantes en su opinión las variedades tradicionales?
9. ¿Cuáles son los principales problemas a la hora de cultivar las variedades tradicionales?
10. ¿Cómo se superan estos problemas?

#### **E. Socioeconómico**

11. ¿Qué salida les dais a las variedades tradicionales?
12. ¿En los mercados y canales de venta, lxs consumidorxs conocen y/o reconocen las variedades tradicionales?
13. ¿Qué opinión tienen lxs consumidorxs de las variedades tradicionales? ¿Os las piden o las rechazan?

#### **F. Paisaje agrario**

14. ¿Cómo ve la situación de las variedades tradicionales y conservación de semillas en la agricultura actual?

15. ¿Piensa que las variedades tradicionales pueden servir para ayudar a una producción a pequeña escala y local? ¿Pueden favorecer de algún modo la agricultura ecológica? ¿De qué manera?

### **G. Movimientos sociales**

16. ¿Participa en alguna red que defienda las variedades tradicionales y/o preservación de semillas?
17. ¿Además de las redes de semillas, está involucrada/o en algunas experiencias, acciones de protesta y propuesta que se desarrollan?
18. ¿Considera que las variedades tradicionales son importantes en el camino hacia la soberanía alimentaria?
19. ¿Qué vías puede haber para fomentar la utilización y conservación de variedades tradicionales? Actores, factores, medidas...

## **Versión para persona Consumidoras**

### **Introducción y agradecimiento**

#### **B. Criterios y organización del consumo**

1. ¿Cuáles son los suyos principales criterios a la hora de elegir productos agrícolas?
2. ¿Tienes en cuenta si hay variedades tradicionales?
3. ¿Qué motivación tiene para comprar productos de variedades tradicionales?

#### **C. Conocimiento de variedades tradicionales**

4. ¿Conoce algunas variedades tradicionales de hortícolas o frutales?
5. ¿Conoce alguna institución o movimiento social que defienda las variedades tradicionales? Se sí, ¿cuáles? ¿Y participa o ha participado alguna vez en sus actividades?
6. ¿Se acuerda de alguna campaña para promocionar o dar a conocer las variedades tradicionales?

#### **D. Percepciones**

7. ¿Cree que hay una buena oferta de productos de variedades tradicionales entre los productores de la AMAP? ¿Por qué creéis que sí o que no? ¿Se las pedís?
8. ¿En su opinión que factores pueden facilitar o dificultar el acceso y la compra de alimentos de variedades tradicionales? ¿Porqué?
9. ¿En su opinión qué importancia pueden tener las variedades tradicionales?
10. ¿Pueden servir para ayudar a una producción a pequeña escala y local? ¿De qué forma? ¿Pueden favorecer de algún modo la agricultura ecológica y de proximidad?
11. ¿Cómo ve la situación de las variedades tradicionales y conservación de semillas en la agricultura actual ?

12. ¿Considera que las variedades tradicionales son importantes en el camino hacia la soberanía alimentaria?
13. ¿Qué vías puede haber para fomentar la utilización y conservación de variedades tradicionales?

### **Versión para dinamizadoras de AMAP Porto**

#### **B. Dinamización AMAP**

1. Dentro de las prioridades de la AMAP como colectivo, ¿qué papel juegan las variedades tradicionales?
2. ¿Existe alguna dinámica dentro del AMAP y de la red nacional de AMAP para el intercambio de semillas y la conservación de variedades tradicionales?
  - Se sí, cuales son las principales líneas de acción, protesta y propuesta?
3. ¿Existe algún tipo de apoyo/promoción que la AMAP, como colectivo, ofrezca o pueda ofrecer a sus miembros productores con respecto a la conservación y el fomento del uso de variedades tradicionales?
  - Se sí, ¿qué es y cómo funciona?

#### **C. Relación con coproductores y población en general**

4. ¿Os ha ayudado la defensa y promoción de venta de las variedades tradicionales a llegar a más gente?
5. ¿Las veis (la defensa de las variedades tradicionales) importante cómo herramienta de concienciación y sensibilización? ¿De qué manera?

#### **D. Relación con instituciones públicas**

6. ¿En vuestra experiencia la administración pública (local, regional, nacional) apoya las variedades tradicionales? ¿De qué manera?
7. ¿Trabajáis con ella de algún modo? Y ¿Cómo consideráis el suyo papel en este aspecto?
8. ¿De qué modo creéis que la administración pública encaja dentro de la lucha por la soberanía alimentaria en vuestra organización? ¿Os son de ayuda? ¿Y en vuestro territorio?

#### **E. Relación con colectivos y movimientos sociales**

9. ¿Hay articulación de la AMAP con redes de semillas (regionales o nacionales) o con otras iniciativas/redes/organizaciones que defiendan las variedades tradicionales y preservación de semillas?
10. ¿Además de las redes mencionadas y del círculo AMAP, ¿hay alguien más en la región (Porto/Norte) que defienda las variedades tradicionales? ¿Quiénes son y conocéis sus acciones?

#### **F. Percepciones**

11. ¿Qué vías puede haber para fomentar el uso y conservación de variedades tradicionales? ¿Qué contribución y qué papel pueden desempeñar colectivos como AMAP para conseguirlo?
12. ¿Hoy en día las luchas por la conservación de variedades tradicionales y semillas son más un ideario, un símbolo para continuar la lucha, o algo más tangible y real?

Esta fue la última pregunta prevista, por lo que la entrevista está llegando a su fin. Me gustaría preguntarle si desea comentar alguna otra cuestión o compartir alguna información que considere importante y que no se haya abordado antes.

Gracias de nuevo por su tiempo y su contribución al estudio. Ha sido un placer escuchar sus experiencias, perspectivas y conocimientos.