



Francisco Navarro y Alfonso Ruiz, de una firma adscrita a Agrodiverso, observan sus cultivos. AGRODIVERSO

En la cocina de Cabaña Buenavista, en la que Pablo González Conejero reina sobre fogones y cacerolas, no se para de investigar, ni tampoco en la de Nazario Cano, del restaurante Odiseo; en la de María Gómez, del Magoga, ni en la de Juan Guillamón, en AlmaMater. La búsqueda de nuevas soluciones para los mejores platos está a la orden del día en todos estos restaurantes con estrellas Michelin. No es extraño que se hayan aliado con el laboratorio de referencia de la agricultura regional: el Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (Imida), salvo por un importante detalle: lo que buscan ahora los grandes chefs de la Región no son nuevos productos sobre los que construir sus futuras creaciones. Al contrario, su propuesta pasa por bucear entre los sabores perdidos para traerlos de vuelta.

«A la gran producción le es difícil competir con lo que aportan estas variedades en singularidad de aspecto, de sabores y también de valores asociados, como la herencia, el territorio, la gastronomía y las tradiciones», explica el ingeniero técnico agrícola Rafael García Sarrión, agente de innovación de la iniciativa de recuperación de productos agroali-

Antiguas semillas brotan para los mejores restaurantes

Los jefes de cocina más reputados de la Región de Murcia impulsan el proyecto Agrodiverso del Imida para abrir un canal de compraventa en el que traer de vuelta al consumidor variedades de cultivos autóctonos en desuso

GINÉS S. FORTE

mentarios tradicionales Agrodiverso. «Son nuestros productos, son lo que somos y con lo que nos hemos criado», abunda González Conejero.

La estrategia 'De la granja a la mesa', que se ha marcado Europa para promover cosechas más

sostenibles de productos más saludables, se aplica literalmente en esta propuesta en la que un grupo de grandes chefs y agricultores de la Región se ha embarcado impulsados por el Imida. Los investigadores de esta entidad han puesto a su disposición

las más de 10.000 variedades hortofrutícolas que atesoran en el Bagerim, su banco de germoplasma. Elena Sánchez, del equipo de Mejora de Cultivos Hortícolas de la institución, aclara que también asesoran a los agricultores del Grupo Operativo Agrodiver-

Se trata de una especie de «Wallapop de productos hortofrutícolas», explica Elena Sánchez

«A la gran producción le es difícil competir con lo que aportan estas variedades», dice el ingeniero técnico agrícola Rafael García

«Eliminar obstáculos entre productores, cocineros y científicos solo puede traer cosas buenas», resume el crítico Pachi Larrosa

so, creado, con financiación Europea (fondos Feader) a través de la Consejería de Agricultura, como proyecto de dos años (acaba de comenzar el segundo).

En paralelo a este plan, llamado 'Promoviendo la diversidad de las variedades tradicionales



Andrés Solana, agricultor de Archena, con los productos que vende en la plataforma de Agrodiverso. AGRODIVERSO



Investigadoras del Imida en el banco de germoplasma Bagerim. IMIDA



Hortalizas recién arrancadas de venta en la plataforma Agrodiverso. AD

Un mercado listo para recuperar el pasado

El desarrollo de la agricultura intensiva ha entrañado la sustitución de variedades antiguas, seleccionadas durante generaciones para adaptarse a cada zona y mejorar su sabor, por otras nuevas en las que lo importante ha pasado a ser la productividad, la resistencia a enfermedades en múltiples ubicaciones y la capacidad para aguantar largos transportes. «Esto produjo la pérdida de la riqueza genética atesorada por las antiguas variedades, que por suerte antiguos investigadores del Imida consideraron que había que conservar», explica la investigadora Elena Sánchez. Esas viejas semillas guardan «unas características muy interesantes para hitos importantes a los que se enfrenta la agricultura» hoy día,

como la sostenibilidad (se trata de producirlas cerca de donde se consume) y su mayor calidad nutricional y organoléptica que llegan mejor «a un consumidor cada vez más preocupado por temas medioambientales y de influencia de la dieta en la salud». «Según Kantar, empresa líder en análisis de mercados, prefieren productos locales», explica el crítico gastronómico Pachi Larrosa. Queda por ver, si «esto es como cuando le preguntas a la gente qué ve en la tele y te contesta que los documentales de la 2», advierte. El tiempo dirá el recorrido que tiene la recuperación de uno alimentos casi extintos que abren grandes vías de esperanza. Una de ellas es la obtención de nuevos productos con las buenas cualidades de los antiguos y la resistencia de los actuales. En eso también trabaja ya el Imida.

en Murcia», se acaba de lanzar «una plataforma (Agrodiverso-mercado.es) para la venta directa, del agricultor al consumidor», de unos taxones que en la mayoría de los casos «no se encuentran en los mercados», afirma Sánchez. Su gestión la lleva el grupo operativo, «cuyos miembros, junto con otros agricultores, son los que cultivan» los productos recuperados, y los ofrecen en la plataforma sin que les suponga un coste. La investigadora lo describe como una suerte de «Wallapop de productos hortofrutícolas», que surge «porque recibíamos, por un lado, a muchos agricultores que querían cultivar esas variedades y, por otro, a consumidores, muchos de ellos cocineros, que las bus-

caban pero no las encontraban por ningún sitio». La herramienta no solo es sugerente para rescatar sabores, precisa el crítico gastronómico de LA VERDAD Pachi Larrosa, sino «también desde el punto de vista de la cultura, de la antropología, de la memoria histórica». Hablamos, añade, de «variedades que eran consumidas en épocas que poco tenían que ver con la nuestra (sin industria alimentaria, sin distribución por grandes grupos, con las personas más cercanas a la naturaleza) y que formaban parte de hábitos alimentarios distintos a los actuales». Para Larrosa, moderador de la mesa redonda que reunió a los grandes chefs de la Región este mes en la presentación de la iniciativa, «eli-

minar obstáculos en la relación entre productores y cocineros, al igual que mantener un diálogo entre estos y los científicos, solo puede traer cosas buenas para la Región». Esas «cosas buenas» comenzaron a pergeñarse «hace cuatro o cinco años, antes de la pandemia», relata el jefe de cocina de Cabaña Buenavista. En ese momento arrancaron los trabajos con el Imida en el que se han acabado implicando también, entre otros, los jefes de cocina de los restaurantes Local de Ensayo (David López), Taülla (Rodi Fernández), Alborada (David Muñoz) y Santa Ana (Estrella Carrillo), participantes igualmente en la mesa redonda durante la presentación de la plataforma.

Aumentar la demanda

«Una buena manera de recuperar estas variedades consiste en aumentar su demanda», propone Larrosa, de modo que se extienda «no solo en ámbitos muy selectos, como la alta cocina, sino a nivel de gran consumo». «Ese es el paso que hay que dar», se muestra de acuerdo González Conejero: «Sería lo ideal, que fueses al mercado de Verónicas [en Murcia, por ejemplo.] y te encontraras este producto autóctono». El dos veces estrella Michelin propone «crear un sello Región de Murcia o producto autóctono...», que el ovillo se vaya haciendo más grande y que más agricultores se vayan uniendo». «Efectivamente, la idea es ponerla en el mercado, y cuantos más consumidores se adhieran mejor», apunta Sánchez, consciente, en todo caso, de que el fin último no es competir de tú a tú con los grandes canales de distribución, sino de cubrir un nicho más pequeño de mercado. En este objetivo, precisa, «los restaurantes son uno más de esos consumidores, que ciertamente han mostrado mucho interés en esa relación directa con el agricultor». El chef coincide aquí también al apuntar su deseo de que la iniciativa no se quede solo en unos pocos restaurantes y unos cuantos productos, sino que pueda «alimentar un mercado y la gente tenga acceso a esas variedades que solo son nuestras». En síntesis con lo dicho, y si los libros de estilo periodísticos no impidieran la fea costumbre de tomar prestado títulos de películas para los reportajes, este se hubiera podido llamar 'Regreso al futuro' perfectamente. Porque el espíritu del proyecto no trata de volver a un pasado perdido por añoranza, sino de encontrar en antiguas soluciones ya casi perdidas el camino que nos permitirá progresar de una manera más sensata, más sostenible y, encima, más deliciosa.