



Por: TERESA BARBAT
Desde Wageningen, Holanda

Aquellos tomates de antes..., esos tomates del Sur...

¿Diferencias reales o fantasías publicitarias?

La publicidad es una herramienta imprescindible en el mundo del marketing, en la cual se venden imágenes, actuando a veces a favor y otras en contra del producto.

Algunas veces, la imagen es mejor que el producto, otras el producto supera la imagen, y algunas veces se sugieren diferencias inexistentes. Si no fuera por la etiqueta de origen, nada indicaría la diferente procedencia del producto. En el caso de la fotografía adjunta, tomate «Rambo», variedad de S&G Semillas procedente de Murcia (España), en el curso de su presentación - promoción en el supermercado de una gran superficie.



El sabor de las hortalizas, el aroma de las flores..., esas sencillas virtudes de las que solían hacer gala los productos de antaño, son echadas de menos ahora por los consumidores.

Algunos afirman: «los tomates de hoy, no saben como los de antes».

Los trabajos de mejoramiento han sido dirigidos hacia otras características, que fueron en su momento

prioritarias de acuerdo a las exigencias del mercado. Sin embargo hoy, estos lineamientos se cuestionan, también desde los mercados.

En los supermercados holandeses, es difícil distinguir hoy un tomate español, producido en tierras soleadas, del proveniente de Holanda, con su escasa luminosidad, entre otras características desfavorables para la producción.

La publicidad, herramienta imprescindible en el mundo del marketing, vende imágenes no realidades. Puede actuar a favor o en contra de un producto. A veces la imagen es mejor que el producto, otras el producto supera a la imagen, y algunas otras, se sugieren diferencias inexistentes. Si no fuera por la etiqueta de origen, nada indicaría, ni el aspecto ni el sabor, la diferente procedencia de los tomates.

¿Son las diferencias reales o subjetivas? ¿Son realmente más sabrosos los tomates españoles? ¿Eran realmente más sabrosos los tomates de antes?

Otros aseguran que se ha trabajado «demasiado» en el mejoramiento de características como resistencia a enfermedades o firmeza de la pulpa, y que esto ha ido en desmedro del sabor.

Respondiendo a esta inquietud, el P.T.G. de Naaldwijk (Estación Experimental de producción de hortalizas en invernadero), realizó una investigación organizada en base a paneles de consumidores. En la misma se evaluaron comparativamente 36 cultivares, algunos viejos, otros recientemente aparecidos.

De la investigación se deduce, que siempre han habido, tanto en el pasado como en el presente, variedades de mejor y de peor sabor. Así, antiguos cultivares como Alisa Craig, fueron

bien valorados por el panel; en tanto que las también viejas variedades Potentaat y Tuckqueen, estuvieron dentro del grupo menos apreciado.

En los últimos años, la variación en sabor ha aumentado. La aceptación para el Daniela, fue aproximadamente la mitad que para el tomate cherry Favorita; ambos aparecidos en la década del '90.

Además del Daniela, se evaluaron varios cultivares «long life», como Pandora, Virginia y Vanessa. Es conocido el hecho de que, si bien el sabor del Daniela no es muy aceptado, es ésta de todos modos, la variedad de tomate más cultivada en la zona del Mediterráneo.

El fino sabor del cultivar Aranca, vendido el año pasado como tomate de racimo bajo el nombre «Exquiso», fue muy apreciado, y tuvo una valoración comparable a la del Favorita, que fue la variedad mejor puntuada.

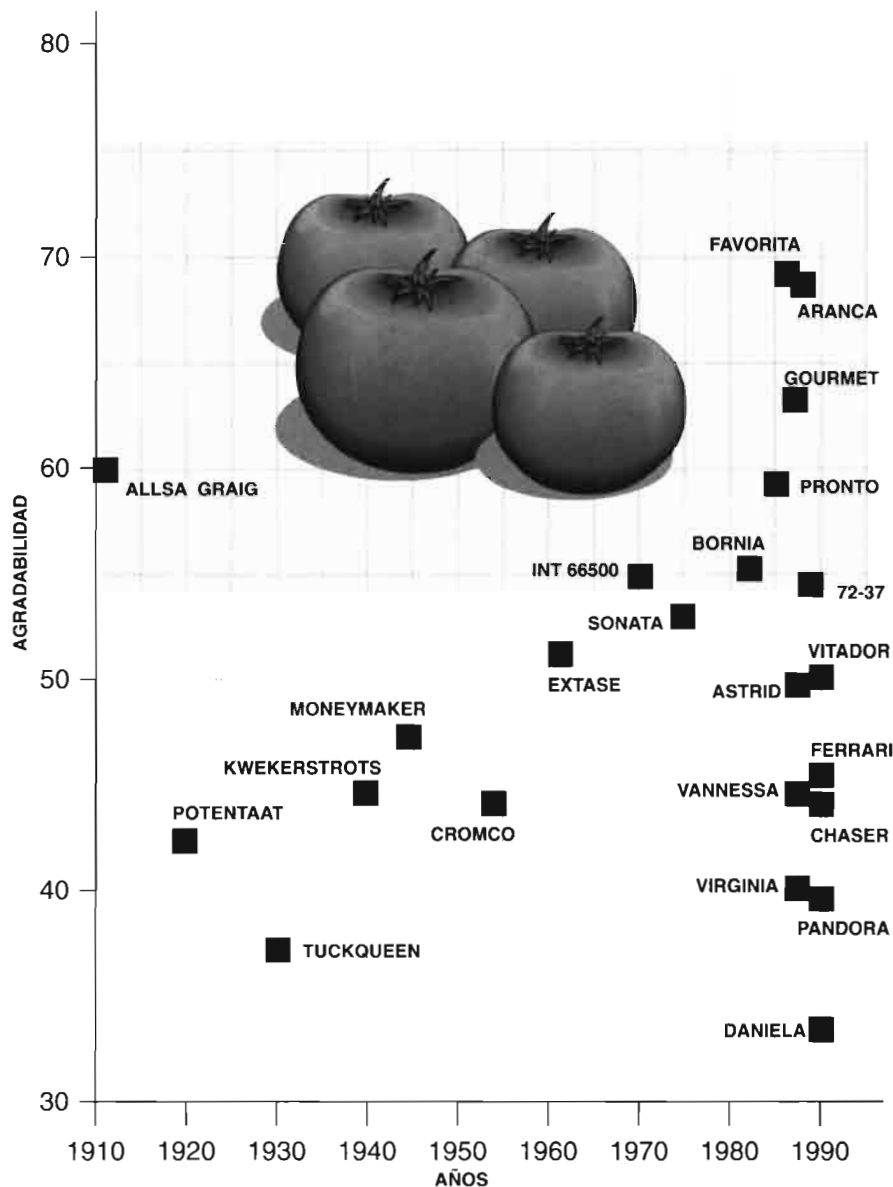
El cultivar Gourmet, obtuvo una buena puntuación por parte del panel. Esto no es una sorpresa para nadie, ya que es uno de los tomates redondos más sabrosos. También Pronto, que fue muy cultivado el año pasado, obtuvo un alto score.

Se dedujo además de la investigación, que la incorporación de características como resistencia a enfermedades, no tiene porqué afectar al sabor. La buena valoración del cultivar Sonata así lo evidencia. Esta fue una de las primeras variedades logradas con resistencia a TMV, (años '70), y su sabor sigue siendo apreciado.

Respecto a la firmeza y a la textura, aunque no pueda demostrarse su relación directa con el grado de aceptación de un cultivar, prima la impresión de que también existen límites. Es así, que la baja valoración otorgada a los cultivares Potentaat, Tuckqueen, Pandora, Daniela y Virginia, parece debida probablemente, a su textura harinosa o granulosa. Cabe agregar aquí, que la textura granulosa, se encuentra con cierta frecuencia, en algunos tipos «long life», los que contienen el «gen rin».

Según este estudio, las diferencias entre el sabor de los tomates de hoy y de ayer, no radicaría en los cultivares mismos, tal vez, simplemente no se olviden sabores de excepción de alguna variedad de antaño. Además, era más difícil obtener un buen tomate en el pasado, sobre todo en invierno, y un producto que ha sido escaso siempre

Degustación comparativa de variedades de tomate



Los consumidores holandeses asocian espontáneamente el agradable clima del Sur de Europa con el sabor de sus productos, como es el caso del tomate. Parte de la promoción de éstos, está implícita en la etiqueta de origen.

es sobrevalorado en el recuerdo.

La preferencia de los mercados por los tomates sur-europeos, ¿tendrá alguna explicación similar?

Los consumidores holandeses asocian espontáneamente el agradable clima del sur de Europa con el sabor de sus productos. Parte de la promoción de esos productos, está implícita en la etiqueta de origen.

Pero hoy esos consumidores se preguntan: ¿las diferencias son reales o son fruto del juego publicitario? A tenerlo en cuenta entonces.