DOPPIOZERO

Misfatti e pregi dell’olio di palma

Maurizio Sentieri

12 Giugno 2016

È una costante. Periodicamente, le nostre abitudini vengono messe in discussione o talvolta travolte da qualche allarme alimentare; una ricorrenza che è certezza, basta solo saperla aspettare...

L'ultimo *alert* riguarda l'olio di palma, presente come ingrediente più o meno "occulto" in un' infinità di prodotti alimentari industriali.

Ma chi per sorte, per professione o semplice interesse, ha alle spalle qualche studio di alimentazione, sa che l'olio di palma, l'olio di cocco e l'olio di palmisto (semi della palma) sono eccezioni nei grassi alimentari di origine vegetale. Non sono liquidi infatti, ma grassi solidi o semi solidi a temperatura ambiente perché ricchi di acidi grassi saturi. Da decenni poi è noto che il consumo eccessivo di quest'ultimi favorisce l'aterosclerosi (ictus e infarti).

Da decenni... dunque perché questo "revival" dell'olio di palma, perché una campagna mediatica (anche con "comparse" più o meno prezzolate) favorevole sui principali giornali? Perché quest'offensiva sul piano della comunicazione come nella quotidiana concreta diffusione nell'industria alimentare?

Poco importa che uno dei responsabili sia il regolamento UE n. 1169/2011 approvato dal Parlamento e dal Consiglio europeo nel dicembre 2011 ed entrato in vigore nel dicembre 2014. Il regolamento, in seguito alla necessità di ridurre l'utilizzo dei famigerati grassi idrogenati per uso alimentare (ve li ricordate?), obbliga a dichiarare in etichetta il grasso vegetale impiegato. Grasso che l'industria alimentare ha necessità di utilizzare con caratteristiche di economicità, facile disponibilità e per la "cremosità" ricercata dai consumatori in moltissimi alimenti. Se questo decreto è una delle cause tecnicamente sufficienti, certamente non è in grado da solo di spiegare questo revival, questo riaffacciarsi prepotente di un grasso alimentare che la scienza nutrizionale da decenni ha

bollato come "aterogeno". E allora?



E allora non bisogna dimenticare che il consumatore moderno è soggetto a una sorta di schizofrenia, di malattia bipolare dei comportamenti alimentari. Una scissione tra pratica e teoria, tra desideri e consumi abituali che spesso restano contraddittorii tra loro, in mezzo continuamente nuove tendenze che via via si affacciano ma fatte più di mode che di profonde spinte al cambiamento. Basta pensare a gran parte del recente mondo vegano o a quelli che stravedono per "i km zero" o ancora coloro che giurano fedeltà solo ai prodotti e alla cucina della tradizione. Ma sotto la superficie delle novità il mondo sembra procedere nella stessa direzione.

Che è una direzione sostanzialmente schizofrenica: il diffondersi epidemico del diabete, il forte aumento dell'obesità e sovrappeso infantile, il contemporaneo crescere del mercato bio, le convinzioni del miglior "profilo dietetico" dello zucchero di canna, il cornetto integrale per colazione, le insalate fatte di pomodori e lattughine in tutti i mesi dell'anno (idem per le fragole), lo yogurt addizionato di fitosteroli (comuni sostanze vegetali) come panacea per ridurre

l'ipercolesterolemia, la pizza alla nutella, la "fame" di integratori, l'elevato consumo di formaggi e salumi sono casuali testimonianze di quella direzione.

Se in mezzo alle contraddizioni si intravedono intenzioni lodevoli, la tinta risultante, tende comunque al grigio scuro, sintesi casuale non di colori ma di pulsioni, abitudini, necessità...

Il punto è che il consumatore è "una roba artificiale" a cui necessita un' "educazione alimentare" per orientarsi; il punto è che, perduto fin dalla prima infanzia il contatto con la natura e i suoi cicli, brancoliamo nel buio, in cerca costante di un centro di verità permanente che non troviamo.

La generazione dei miei nonni non ha avuto bisogno di educazione alimentare, faceva parte della sua educazione conoscere il ciclo di ogni produzione agroalimentare, quella generazione sapeva ogni momento cosa si metteva in bocca e la dieta mediterranea era qualcosa che non aveva imparato sui libri...

Mondo finito, resettato nella seconda metà del Novecento dagli enormi cambiamenti economici, scientifici, tecnologici. Tra le conseguenze non trascurabili del boom economico c'è stata non solo l'eliminazione di una fame "da sempre" più o meno incombente, ma presto, molto presto, la conquista di un cibo poco costoso, prodotto in grandissime quanta e varietà, disponibile in ogni ora del giorno e per ogni occasione.



È il progresso bellezza... già, ma se vogliamo *un cibo poco costoso, prodotto in grandissime quanta e varietà, disponibile in ogni ora del giorno e per ogni occasione* temo che l' olio di palma – come prima i grassi vegetali (così nelle etichette) e i grassi alimentari idrogenati – sarà solo una "tappa" e nel futuro prossimo ci sarà un grasso alimentare di là a venire ma che difficilmente sarà burro visto un costo mediamente quattro volte superiore all'olio di palma.

Il costo e i profitti... già, elementi che nel mondo del cibo e del cibo industriale sembra contino come il "buono e il giusto", purtroppo. È la conferma di un mondo imperfetto, eppure...

Eppure vorrei che le mie figlie potessero nutrirsi come la generazione dei miei nonni, con la stessa sicurezza, la stessa bontà, la stessa tradizione...

Già la tradizione... in alimentazione quest'ultima ha sempre qualcosa di rassicurante: abitudini e alimenti diventati certezze perché selezionati dal tempo e dalle generazioni, eppure la tradizione, se si vuole che si trasformi in una forza, in un'energia in grado di modificare il presente, dovrà essere qualcosa in grado di intercettare i gusti dei giovani, di influenzarne i consumi e non essere "ingrediente" comune solo nei locali e nei negozi alla moda, oggetto di sagre e consumi occasionali, talk show, riviste patinate o di carta riciclata, argomento sempre "politicamente corretto", consumo abituale di adulti fortunati...

Il futuro delle tradizioni, e quello dell'economia e dei territori che ne sono alla base, dipenderà dal gradimento che avrà tra le giovani generazioni, inevitabile. Solo a questa condizione le tradizioni avranno un futuro oltre che un presente precario.

Ma sarà *presente precario* almeno fino a quando nei nostri carrelli vinceranno le fettine, il cibo surgelato, pronto e preconfezionato, a basso costo, le chips, gli snacks, e in genere il dolce, il salato, il frizzante, il secco, il cremoso...

Fino a quando sarà così, facile prevedere che nei nostri carrelli troveremo sempre lo spazio per l'olio di palma di turno, occulto naturalmente.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.


OLIO di
PALMA
NO GRAZIE!