

NO HO COMPRIS, QUE T'HO MENGES

10 maig, 2018



EL PAIS (nutrició)

La millor forma de combatre el nostre impuls d'ingerir aliments malsans és no tenir-los a mà. "D'allò que els ulls no veuen, el cor no se'n dol". Al llegir aquest conegut refrany, tots els nutricionistes pensen en l'efecte negatiu que exerceix sobre el nostre cor (o sobre el nostre sistema cardiovascular) ingerir sovint productes insans. És millor que els nostres ulls no vegin per no sucumbir a la temptació i danyar al nostre cor. Per desgràcia, els consumim excessivament. L'últim estudi sobre el tema ha constatat que els espanyols cobrim el 31,7 % de les nostres calories amb aliments ultraprocessats, i que el 80,4 % del sucre que ingerim prové d'aquets aliments. No és un panorama tant desolador com el d'Estats Units, on el 57,9 % de les calories consumides prové d'aliments ultraprocessat, però que quasi una tercera part de la nostra energia provingui de productes superflus hauria d'encendre sense falta totes les alarmes.

Per què ens costa tant evitar la temptació? Ens costa, sobre tot, per quatre factors, englobats en les anomenades "quatre pes del màrqueting". Són les següents:

- Publicitat (en televisió, internet, tendes, pel·lícules, sèries, jocs d'ordinador o de telèfons mòbils, etc), particularment perjudicial en la salut infantil.
- Producte (composició, sabor, aroma, textura, densitat de calories, mida de la porció, etc), factor del que parlarem en aquest article (EL PAIS).
- Punt de venda (no només en supermercats [on trobem molts

“falsos saludables”], també trobem productes malsans llestos per menjar en bars, restaurants, supermercats, benzineres, quioscos, escoles i fins i tot hospitals). Hi ha certs llocs, com els parcs d'atraccions, que són autèntics “camps de mines” o, dit d'altre forma, “deserts d'aliments”.

- Preu (cada vegada és més barat menjar aliments insans, segons va justificar el pediatre Carlos Casabona en el seu llibre *Tú eliges lo que comes*. Chandon i Wansink es van expressar amb aquesta rotunditat en octubre de 2012 en la revista científica *Nutrition Reviews*: “La fixació de preus és un dels factors del màrqueting més importants (si no el que més) per predir el nostre augment en el consum d'energia i el increment en les taxes d'obesitat”. El preu és un dels factors que més determina la nostra ingesta de productes insans, i per això té sentit introduir impostos a productes nocius com les begudes ensucrades, factor que a Catalunya s'ha relacionat amb una reducció del 22 % en el seu consum.

Cóm podem lluitar els consumidors contra el poderós impacte d'aquestes quatre pes? En juny del 2016, vaig proposar altres quatre pes per contrarestar-les:

- Pensar en el que mengem (molts de nosaltres no som conscients de la quantitat d'aliments malsans que ingerim).
- Planificar (imprescindible per evitar comprar de manera compulsiva).
- Prescindir d'aliments superflus
- Tenir Paciència (no es fàcil reeducar el nostre paladar)

Tenim una tendència innata a escollir aliments rics en greixos, sal i sucre, ja que d'això ha depès tota la nostra supervivència

Sigui com sigui, en el present article tant sols repassaré breument, dintre les quatre pes del màrqueting, el factor

“producte”.

PRODUCTE IRRESISTIBLE, TEMPTACIÓ IRREFRENABLE

La ciència i tecnologia dels aliments avança molt ràpidament per aconseguir conquerir el nostre paladar i el nostre estómac, però sobre tot la nostra butxaca. Les empreses d'alimentació saben que millorar la palatabilitat dels seus productes es traduirà en un major consum i per això inverteixen un autèntic dineral en aconseguir la combinació perfecta de textura, sabor, color, aroma i temperatura que farà que continuem menjant malgrat estiguem tips, és a dir, per sobre dels nostres mecanismes de fam i sacietat.

Per què? Per la nostra tendència innata a escollir aliments rics en greixos, sal i sucre, segons ha constatat una investigació de la Universitat de Birmingham, ja que d'això depèn la nostra supervivència en altres moments de la història.

En teoria, el nostra gana es modula, entre d'altres factors, mitjançant un mecanisme cerebral que controla l'anomenat “equilibri energètic”, també conegut com “regulació homeostàtica”, que pretén equiparar l'energia que gastem amb la que consumim amb els aliments. Però, en el control de la gana incideixen altres variables com la “regulació hedònica”, participen en ella factors emocionals i de motivació, però sobre tot la palatabilitat dels aliments. D'entre els productes més irresistibles, la investigació va senyalà els següents:

- Dolços i postres, com la xocolata, bunyols, galetes, pastissos, dolços i gelats de crema.
- Aperitius salats, com patates fregides o galetes salades.
- Menjars ràpids, com hamburgueses, pizza o pollastre fregit.
- Begudes ensucrades, mal anomenats “refrescos” de cola,

taronja o llimone, el té dolç, els batuts, el cafè dolç o altres begudes sense sucre.

Clifford B. Saper, i col·laboradors van reflectir a la revista *Neuron* a l'octubre de 2002 que tendim a consumir substàncies dolces i salades més enllà de la necessitat de reposició d'energia, mentre que tendim a evitar les substàncies molt agres o amargues, donat que s'associen en la naturalesa amb alcaloides tòxics o amb immaduresa dels aliments. A l'altre costat, els sabors dolços, greixosos o salats indiquen al nostre cervell que estem davant aliments amb nutrients importants per a la supervivència. No obstant, com en nostre mitjà el problema no és la falta, si no l'excés de calories, els nostres missatges cerebrals boicotegen la regulació homeostàtica abans citada.

La sobre abundància de productes malsans, i la seva gran varietat, la major mida de les racions de consum, el seu baix cost, les sempre innovadores campanyes de publicitat o la fàcil accessibilitat d'aliments malsans són altre dels factors que justifiquen la nostra excessiva ingesta d'ells, Tot això es tradueix en un consum exagerat de calories, un augment de pes i un major risc de malalties cròniques.

Resistir i vèncer

Tot l'anterior ens porta a un imprescindible llibre titulat *Consum intel·ligent*, publicat en 2014 pel doctor Juanjo Cáceres. El doctor Cáceres considera que, encara sobre les nostres decisions influeix un ampli ventall de factors, molts d'ells estan fora del nostre control. Però, afegeix que "no tot està perdut", ja que " els éssers humans som racionals i podem utilitzar el nostre raciocini per moure'ns amb criteri en aquest entorn advers".

Aquest criteri passa, segons ell, per ser conscients de l'ambient comercial que ens envolta, per comprendre que les nostres decisions estan fortament influenciades, per conèixer

quines són les estratègies i tàctiques que s'utilitzen per persuadir-nos, per programar les pautes de conductes que ens protegeixin de qualsevol intervenció en els nostres processos de decisió i per enfortir la nostra posició, adoptant respostes que ens protegeixin. No és tasca fàcil (ningú en el seu sa judici considera que ho sigui), però tampoc és impossible.

El doctor Cáceres dóna en aquest llibre una reflexió imprescindible: "resistir és vèncer". És alguna cosa així com l'inici del text: "D'allò que els ulls no veuen, el cor no se'n dol".

JULIO BASULTO MARSET

EL PAIS (Nutrició)