

DeSDe La UniVeRsiTat

Guerra al aceite de palma

► Consumidores, supermercados y diputados se unen para prohibir esta grasa saturada



ALBA FORTEA/B. GALLARDO CASTELLÓ

Los miedos alimenticios están de moda. Hace poco el problema lo tenía el panga, un pescado blanco que fue prohibido en los comedores escolares de toda España por las dudosas condiciones en las que se produce. Sin embargo, estos meses el enemigo es otro, el aceite de palma. Esta grasa saturada representa el 40 por ciento del aceite vegetal usado en el mundo, según informa la Sociedad Española de Endocrinología y Nutrición (SEEN).

Galletas, comida precocinada, chocolates, cosmética y pastelería, son algunos de los productos que lo contienen. Las industrias alimentarias lo utilizan de forma masiva por su bajo coste. Una tonelada de aceite de oliva cuesta 3.500 euros, una de girasol 900 y una de palma 650. Es el aceite más barato que existe.

Se produce en las zonas tropicales de África, Indonesia o América y después se exporta al resto de países. El aceite de palma puede «provocar obesidad y elevar los niveles de colesterol en sangre», declara José Miguel Mulet, profesor de Biotecnología en la Universitat Politècnica de València. También puede ser el causante de enfermedades en las arterias coronarias y de provocar metástasis, según el último informe de la Autoridad Europea para la Seguridad de los Alimentos (EFSA).

Pero el peligro para la salud no es el único problema que trae consigo este tipo de grasa. Las plantaciones de palma son uno de los principales motivos de deforestación de la selva tropical. Un reciente estudio elaborado por la revista científica *PLoS One* ha revelado que en el sudeste asiático el 45 por ciento de los bosques naturales que había en esa zona ahora son plantaciones aceiteras. Ante esta acción contra el medio ambiente, los ecologistas de Greenpeace denunciaron los hechos y consiguieron que el Parlamento Europeo aprobara un informe que señala al aceite de palma como una de las principales causas de deforestación. Además, este documento insta a la Unión Europea a tener un papel activo para eliminar estas prácticas y prote-



Un camión que transporta frutas de Palma de aceite pasa por una plantación en Malasia. REUTERS

ger los hábitats naturales.

Pero acabar con las plantaciones aceiteras no resuelve el problema a largo plazo. Si la industria alimentaria cesa la demanda, las consecuencias sociales y económicas para los países productores podrían ser graves. Ante este problema ha surgido una iniciativa internacional que aboga por la producción de aceite de palma de manera sostenible. La idea es que las plantaciones autóctonas en su posible desarrollo, como ha sido el caso de Poligrow Colombia, un proyecto que impulsa el desarrollo agronómico para ayudar a esta población. Además, la Universidad Nacional de Colombia ya cuenta con expertos científicos que están buscando la manera de que el cultivo de palma no termine y que sea ecológico.

Son numerosas las marcas que utilizan esta grasa saturada en los ingredientes que ofrecen a los consumidores por ser «muy barata y útil para conseguir una textura agradable», afirma Isabel Gómez, miembro del Colegio Oficial de Dietistas y Nutricionistas de la Comunitat Valenciana (CODiNuCoVa). Unilever, Nestlé, Kellogg's, Colgate, L'Oréal, Johnson & Johnson, Burger King, McDonald's y Starbucks son solo algunas de las empresas que utilizan el aceite de palma.

Muchos han sido los comen-

tarios y opiniones de clientes y expertos sobre las marcas que utilizan este tipo de grasa en sus alimentos. La última polémica en las redes sociales por el aceite de palma la protagonizaron la periodista Samanta Villar y la marca de comidas infantiles Hero. La reportera del programa 21 días increpó a la marca infantil Hero y les recordó la presencia de esta grasa saturada en sus productos para niños. Hero se defendió alegando que solo un uno por ciento de sus potitos lo contenían.

Pero la productora de alimentos infantiles no ha sido la única que ha tenido que defenderse de las críticas de los usuarios. Ferrero, el fabricante de la famosa Nutella, divulgó hace poco una campaña publicitaria para explicar que su aceite de palma se fabrica mediante un proceso que reduce la aparición de contaminantes. Y Nestlé, tiene una sección en su página web en la que asegura que sus productos son «seguros para la salud» porque la palma tiene un origen responsable.

En España, los nutricionistas quieren prevenir y advertir a las familias de los riesgos del aceite de palma. Que los niños consuman productos con este tipo de grasa saturada favorece la obesidad infantil. Según el Informe Aladino 2015, elaborado por el Ministerio de Sanidad, un 41 por

Los miedos alimentarios parecen una moda, y muchas de las cosas que se dicen contra el aceite de palma no son ciertas

ciento de los niños con edades comprendidas entre los 6 y los 9 años sufren sobrepeso, y un 23 por ciento obesidad.

El aceite de palma está presente en muchos productos de alimentación y belleza. Si los consumidores quieren evitarlo deberán eludir los alimentos procesados, optar por productos frescos y comida casera, es la opción más saludable. Y en cosmética conviene mirar la etiqueta para identificar los ingredientes con seguridad. La nutricionista Isabel Gómez apunta a que las empresas sean transparentes en sus ingredientes por el bien de los clientes.

Aunque en la última normativa de la Unión Europea referente al etiquetado en alimentación se exige que se especifiquen los ingredientes y no se oculten bajo un nombre general, las marcas siguen optando por estrategias que difuminen los verdaderos componentes de sus productos.

«La gente se alimenta a ciegas», alega Gómez, miembro de CODiNuCoVa.

Aceite de palmiste, grasa vegetal (palma), palmoleína u Oleína de palma (Palmolein), grasa vegetal fraccionada e hidrogenada de palmiste, sodium palmitate, estearina de palma (Palm stearin), manteca de palma o su nombre científico elaeis guineensis. Estos son los términos que utilizan las marcas en los ingredientes de sus productos y que pueden crear confusión entre los consumidores.

En algunas ocasiones los clientes no llegan a saber si están comprando un producto que contiene aceite de palma o qué cantidad de este lleva, ya que las marcas juegan con tecnicismos o incluyen una sobreinformación poco comprensible para el ciudadano medio. El problema ha alcanzado tal magnitud que ha llegado al Congreso de los Diputados, cuestionando qué medidas deben adoptar para conseguir una solución. El resultado ha sido la aprobación de una regulación para mejorar la información que recibe el consumidor. Para ello han modificado el reglamento del etiquetado, dejando claro si un producto contiene aceite de palma o no. La propuesta contó con los votos a favor de PSOE, Ciudadanos y Unidos Podemos y el voto en contra del PP.

El objetivo principal de esta propuesta es defender a los menores de productos poco saludables como las grasas saturadas y para ello prohibirán sus campañas publicitarias. Aunque estas medidas no se aplicarán de forma inmediata, son una respuesta del sistema político a la demanda social.

La presión de los ciudadanos por eliminar este tipo de productos ha hecho que las propias cadenas de supermercados planteen retirar los alimentos que contengan dicho aceite. El primero que ya ha dicho adiós al palmite ha sido un pequeño supermercado presente en 9 provincias llamado SuperSano. Alcampo y Eroski han mostrado su interés en seguir idéntico camino.

El doctor Mulet asegura que los miedos alimentarios son una moda y que aunque el aceite de palma es perjudicial por ser una grasa saturada, muchas de las cosas que se dicen sobre él podrían no ser verdad, como por ejemplo, que consumirlo puede ser cancerígeno.

Retirar el aceite de palma es difícil si se tiene en cuenta que es barato y que la grasa saturada que contiene genera una textura agradable al paladar, por ello es esencial para dulces y chocolates. Tiene buen sabor y las empresas reducen costes al elegirlo en detrimento del de girasol o el de oliva.