

SEMINARIO BUROTROP - AFOPDA

Más de cien participantes de 20 países de África, Asia, Europa, el Caribe y el Pacífico se reunieron entre el 6 y el 9 de diciembre pasados, en la ciudad de Accra en Ghana, para asistir al seminario "Tecnologías de aceite de palma y palmiste a pequeña y mediana escala", organizado por BUROTROP y AFOPDA, en coordinación con el Ministerio de Agricultura e Investigación Científica de este país.

La principal conclusión del evento fue el poco conocimiento de los productores sobre la existencia de nueva tecnología, y la utilizada actualmente, en muchos casos no se adapta a sus necesidades.

Por medio de una comparación entre cultivos a gran escala y los de pequeña y mediana escala se conocieron las ventajas de cada uno de ellos, así como las perspectivas de mercado para los últimos. Además se dieron a conocer algunas experiencias de productores africanos, proyectos e investigaciones sobre nuevos procesos productivos y datos sobre organizaciones de fomento internacional a los palmeros.

También se publicó un directorio sobre tecnología existente que será enviado a todos los procesadores y extractores de aceite de palma, lo que permitirá un significativo avance en el desarrollo de los pequeños y medianos productores.

SALUD Y NUTRICION

Espejito, espejito, quién es el más revisionista del reino? El CSPI

Tomado de Market Insights. Vol. 5 No.10

El ejemplo clásico del "descarado" es el del niño que asesina a sus padres y luego le pide clemencia al juez porque es huérfano! El Centro de la Ciencia para el Interés Público (CSPI) tuvo el descaro de citar a una rueda de prensa en Washington, D.C. el 20 de octubre de 1993, durante la cual reprendió a las principales cadenas de comida rápida por lo que él mismo les obligó a hacer, o sea utilizar aceites vegetales parcialmente hidrogenados para freír sus productos. El CSPI, que durante muchos años fue un furibundo partidario de los aceites parcialmente hidrogenados, incluso cuando yase divisaban algunos efectos perjudiciales para la salud, ha dado marcha atrás por causa de la reciente arremetida de informes médicos que los vinculan con las enfermedades coronarias y el cáncer. En lugar de aceptar decorosamente que durante muchos años persistió en el error, que los críticos están en lo cierto y que ha habido un cambio de opinión, el Centro desconoció su antigua posición y sostuvo que también llegó a conclusiones erróneas debido a que "las principales cadenas de comida rápida - como McDonald's, Burger King, Wendy's y Kentucky Fried Chicken - sostenían falsamente que utilizaban 'aceites 100% vegetales', cuando en realidad utilizan manteca hidrogenada". (En realidad, las grasas o aceites, o las mezclas de grasas y/o aceites se llaman "mantecas" cuando

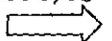
se utilizan para hornear o freír. Y cuando se vierten sobre la lechuga, se llaman "aderezos para ensalada").

El comunicado de prensa señala que "en 1984, el CSPI organizó la primera campaña nacional con el fin de presionar a los restaurantes

El CSPI está intentando engañar a sus lectores de diferentes formas, entre ellas, afirmando que recomendaba únicamente los aceites vegetales.

de comida rápida y a los fabricantes de alimentos para que dejaran de freír con grasa de res y aceites tropicales, ricos en sustancias saturadas que aumentan el riesgo de enfermedades cardíacas. Después de seis años de ejercer presión sobre el público - incluyendo anuncios de página entera publicados en los principales periódicos y financiados por un cruzado del colesterol, el millonario de Nebraska Phil Sokolof - en 1990 finalmente la industria cedió.

"Pero en lugar de sustituirlos por aceites vegetales para freír, se-



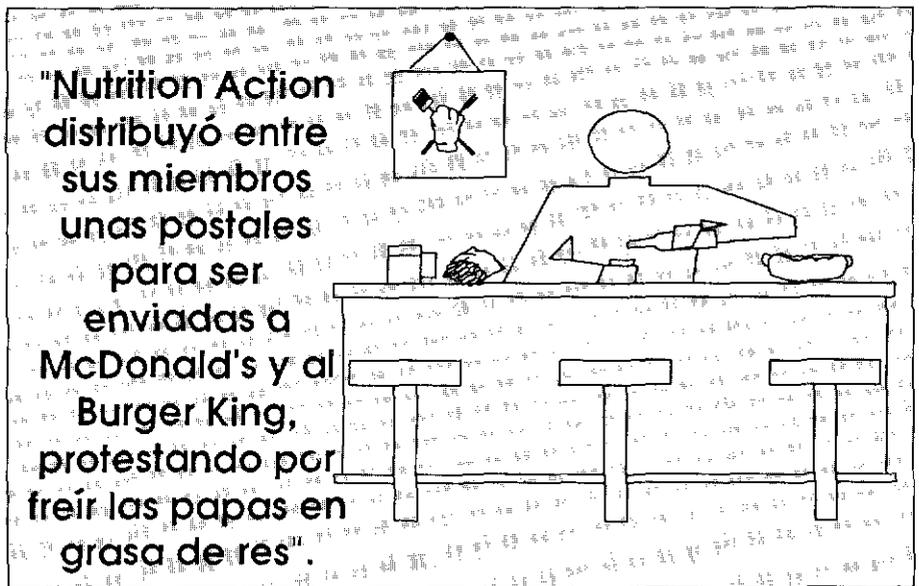
SALUD Y NUTRICION

gún investigaciones adelantadas por el CSPI, la industria optó por las mantecas hidrogenadas, cuya vida útil es más prolongada y las cuales se pueden utilizar por más tiempo en las freidoras".

Bonnie Liebmann, jefe de nutrición del CSPI y probablemente una de las pocas personas culpables de la debacle de los ácidos grasos *trans* en la alimentación norteamericana, tuvo la osadía de afirmar lo siguiente, en un artículo que debía aparecer en el número de noviembre de 1993 del boletín del CSPI, *Nutrition Action Healthletter*, sobre el cual se basó la rueda de prensa: "A pesar de las declaraciones que aparecen en los empaques, la mayoría de las compañías cambiaron la grasa, pero no por *aceite* vegetal sino por *manteca* vegetal. Y esto suscitó el problema."

El CSPI está intentando engañar a sus propios lectores de diferentes formas: quieren que las personas que desconocen el tema piensen (i) que los aceites vegetales y las mantecas vegetales son dos cosas esencialmente distintas, (ii) que el CSPI recomendaba únicamente los aceites vegetales, (iii) que las cadenas mentían al decir que utilizaban aceites vegetales en lugar de mantecas, y, lo que es aún más importante para el futuro del CSPI, (iv) que el Centro estaba en el convencimiento de que las cadenas utilizaban aceites vegetales en lugar de mantecas.

Los puntos (i) y (iv) citados anteriormente son solamente algunos dentro de la maraña de mentiras, indirectas y tapujos que Liebman (y su coautora Margo Wootan) presentó en el boletín y en la rueda de prensa. *Market Insights* no tiene ni el tiempo ni el espacio para dedicarle al Gran Engaño del CSPI. No obstante, podemos llamar la atención



de nuestros lectores hacia el número de enero de 1991 del *Nutrition Action Healthletter*, publicado por el CSPI, en el cual el director y fundador del centro, Michael Jacobson, al hacer un recuento de la trayectoria del CSPI, que se remonta a veinte años atrás, se jactaba de lo siguiente: "El año pasado, Nutrition Action distribuyó entre sus miembros unas postales para ser enviadas a McDonald's y al Burger King, protestando por el hecho de que las papas se freían en grasa de res. Las postales debían coincidir con los avisos de página entera, patrocinados por la Asociación Nacional de Protectores del Corazón, en los cuales se criticaba la forma como McDonald's freía las papas. Las compañías, asediadas por la mala publicidad y ante la cortina de fuego de miles de postales, cambiaron la manteca". Fijense que dijo "cambiaron la manteca" [el énfasis es nuestro]. En otras palabras, esto desmiente la afirmación del CSPI en el sentido de que no sabía que las ca-

denas habían cambiado la grasa por manteca, lo cual, para todo fin práctico, significa mantecas compuestas de grasas y aceites parcialmente hidrogenados.

El pobre Phil Sokolof - un millonario totalmente ignorante de los aspectos sanitarios de la nutrición, quien recibió la asesoría del CSPI y permitió que sus millones fueran utilizados para adelantar un programa nutricional propio, carente de toda base científica - ahora aparece ante la opinión pública como un objeto del desdén de los norteamericanos. Cómo se puede medir el riesgo y el dolor que él, Liebman y Jacobson - líderes de las organizaciones "activistas" de consumidores que tienen injerencia sobre los medios y el gobierno - han podido ocasionar a millones de personas dentro de un público que desconoce la verdad? Sin lugar a dudas y de acuerdo con la tradición norteamericana, parte del sufrimiento se cuantificará ante los tribunales.

International Marketing Division
Enig Associates, Inc.
11120 New Hampshire Av., Suite 500
Silver Spring, Maryland 20904-2633 USA
Tel (301) 593-4471 Fax (301) 593-9793