

Tendències

El debat sobre les modes alimentàries

Aigües no sempre tan transparents

A Califòrnia l'últim crit és beure 'aigua crua', sense tractar tal i com l'ofereix la natura

ALBERT MOLINS RENTER
Barcelona

Els humans que habiten aquest estrany planeta que de vegades sembla Silicon Valley solen ser, gairebé sempre, els primers en abraçar qualsevol tendència new age que es preï. En alimentació, també. L'última ha estat la de l'anomenada *aigua crua* (*raw water*, en anglès), que no és cap altra cosa que la de beure aigua sense tractar, recollida directament de qualsevol font o brollador sense sotmetre-la a cap anàlisi que determini, entre altres coses i sobretot, si és fins i tot potable. El diari dels Estats Units *The New York Times* es feia ressò fa unes setmanes d'aquesta nova "moda" que triomfava a Califòrnia. Fins i tot hi ha empreses que venen tota la infraestructura necessària perquè qualsevol fill de veï pugui collir la seva pròpia aigua de pluja i consumir-la directament sense potabilitzar.

Tot això, amanit amb dosi de teories de la conspiració sobre "les coses que posen a l'aigua de l'aixeta", i la idea que el que natura crea per ella mateixa és una cosa viva i benèfica per se, plena de probiòtics i de bacteris bons, en

SALUT PÚBLICA

Segons l'OMS, al món hi ha 2.100 milions de persones sense accés a l'aigua potable

contraposició al "aigua morta" que surt per l'aixeta.

Una insensatesa i una frivolitat perillosa de país ric que oblidat que la falta d'accés a l'aigua potable —que pateixen 2.100 milions de persones al món— és una de les majors causes de mortalitat, tal com no es cansa de recordar l'OMS, quan diu que, per exemple, cada any moren per aquesta raó 361.000 nens menors de cinc anys. L'aigua contaminada —sempre segons l'OMS— també està relacionada amb la transmissió de malalties com ara el còlera, la disenteria,

l'hepatitis A i la febre tifoide.

La necessitat d'una connexió amb allò natural no és res nou, i ha format part d'altres moviments relacionats amb l'alimentació. "La industrialització de la producció alimentària produeix en certs individus la percepció que tenim menys control sobre el que ingerim", explica l'antropòleg Francesc Xavier Medina, director de la càtedra Unesco d'Alimentació i Desenvolupament Humà de la UOC. En aquest sentit, tornar a una alimentació "més natural implica, per a

aquestes persones, tornar a recuperar el control", afegeix Medina. És un pas més en aquesta màgia simpàtica que de vegades els atribuíem als aliments. "La creença, infundada, que les propietats del que ingerim passen al nostre cos", diu aquest antropòleg. Això i la confusió entre el que és natural i el que és sa, com si tot el que és natural hagués de ser, obligatòriament, saludable. La lògica diu que si s'associa l'industrial a allò que és nociu des del punt de vista de la nostra salut, per oposició allò que és natural ha de ser en conseqüència i de forma necessària sa. Ni la primera ni la segona part d'aquesta espècie de sil·logisme alimentari acaben de ser certes, i com va observar l'alquimista, metge i astròleg suís del segle XV Paracels, "el verí només depèn de la dosi".

Tampoc no és estrany, encara que pugui sorprendre, que aquest tipus d'aliments *antiprogrés* s'adoptin amb gana en llocs com Silicon Valley. "Entorns que són el paradigma de la modernitat són on més es busca el contacte amb la natura, ja que allò artificial ja ho tenen perquè, entre altres coses, ells són els encarregats de construir-ho", explica Medina.

De tota manera, no tots els productes que van de la mà d'aquest

Catàleg de rareses bevibles

Smartwater. Destil·lada a partir de vapor d'aigua que es torna a condensar, provant de simular el cicle de l'aigua, i a la qual s'hi afegeixen electrolític "per millorar el seu sabor". La produeix The Coca-Cola Company, encara que PepsiCo embotella la seva pròpia versió, Life WTR.

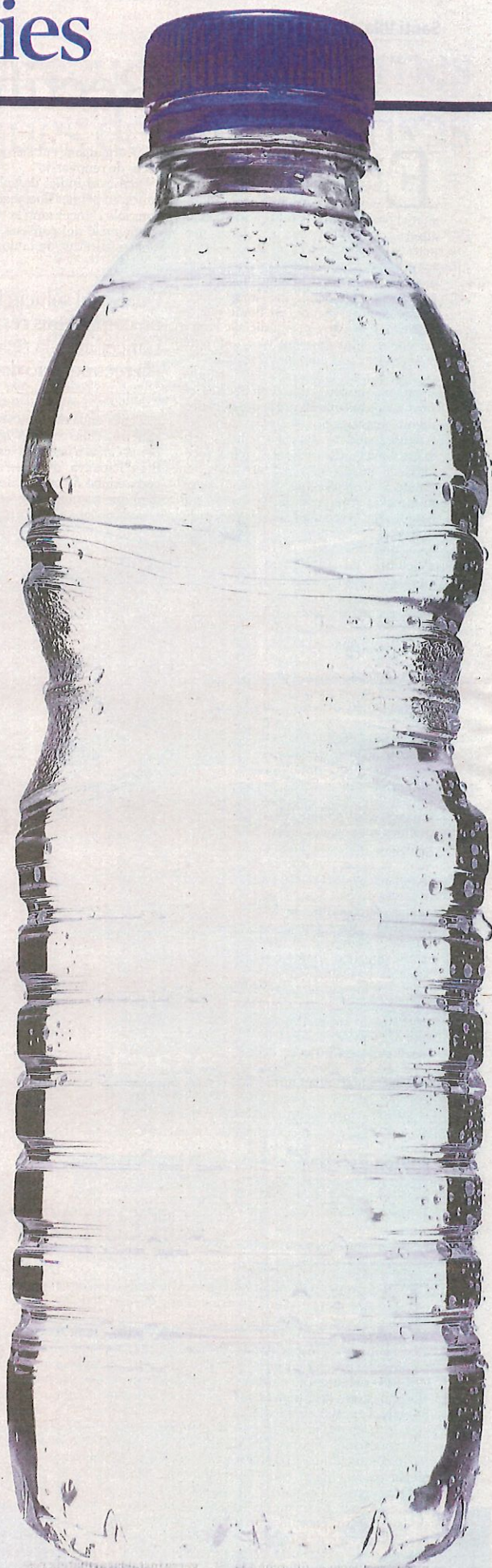
Svalbardi. Icebergs pescats a les illes Svalbard (Noruega) i que es fonen per embotellar-los en forma d'aigua, després de passar per un procés de microfiltrat i d'exposar el líquid a rajos ultraviolats.

Fiji. L'aigua de pluja que cau en una selva d'aquesta illes del Pacífic sud es filtra entre les roques volcàniques fins a dipositar-se en un pou artesià, del que s'extreu i s'embotella.

Tasmanian Rain. Aquesta companyia australiana recull aigua de pluja d'aquesta zona del sud d'Austràlia, "abans que arribi a tocar el terra". D'allà s'embotella directament i es ven per tot el món. Segons l'empresa que la comercialitza, l'aigua de pluja de Tasmània és la més pura del món i molt més que qualsevol aigua d'origen subterrani.

PREFERÈNCIA PEL NATURAL Hi ha una tendència a consumir aliments amb ingredients més naturals

ideari que defensa una tornada a una alimentació més primària són tan extrems, i la realitat és que "hi ha una tendència a l'alça i imparable cap a un consum de productes amb ingredients i formulacions més naturals", assegura Marta Massip-Salcedo, directora executiva de Seahorse Food and Beverage.



Homologació

Abans de vendre-la, una aigua mineral ha de passar un procés que pot trigar fins a 4 anys

L'ACCÉS A FONTS D'AIGUA POTABLE SEGONS L'OMS

Accés universal
L'OMS té per objectiu l'acces universal a l'aigua potable a un preu assequible per a l'any 2030

Pitjor en zones rurals
Vuit de cada 10 persones encara sense accés a fonts d'aigua potable millorada viuen en zones rurals

Millora en els últims anys
Tres països, Angola, Guinea Equatorial i Papua Nova Guinea, tenen un percentatge inferior al 50% d'accés a aigua potable, davant de 23 el 1990



Àfrica subsahariana
La població sense accés es troba principalment a l'Àfrica subsahariana: 319 milions

Les últimes ocurrencies del 'planeta' Silicon Valley**SOYLENT**

Batejats també com *smart food* o menjar intel·ligent, es tracta de menjar en pols que es barreja amb aigua o llet i es pren en forma de batut, que es ven amb la promesa que està dissenyat per "proporcionar una nutrició completa amb el mínim esforç". Va ser dissenyat per l'enginyer de software Rob Rhinehart a començaments del 2013. La idea és que un batut de Soy lent pot substituir un àpat i, per tant, teòricament una persona es pot alimentar correctament només a base d'aquestes pólvores, que a més són aptes per a vegans i ajuden a controlar el pes. Eric Shashoua, director executiu de la *start-up* Kiwi for Gmail,

assegura que des de setembre del 2016 no s'alimenta amb cap altra cosa i que des d'aleshores s'ha tornat molt més productiu, ja que no dedica més de cinc minuts a menjar, i sobretot s'ha alliberat de la decisió diària d'on dinar i què menjar. Soy lent té el vistiplau de la FDA, i fins fa poc es podia comprar als Estats Units i al Canadà. L'octubre del 2017, la CFIA, l'agència de seguretat alimentària canadenca, va prohibir la seva venda en aquest país. Davant la seva falta de distribució internacional, li han sortit diversos imitadors i a Europa es poden aconseguir productes similars com Jake Food, Nano i, a Espanya, Satislent.

BULLETPROOF COFFEE

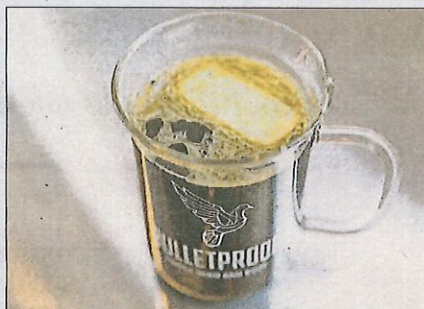
És un invent de l'enginyer i biohacker californià Dave Asprey. Cafè, dues cullerades de mantega orgànica baixa en greixos i el que Asprey anomena *brain octane oil*, un oli de coco enriquït creat per ell mateix. Asprey va prendre la idea d'una beguda tradicional del Tibet, el te amb mantega de iac, mentre escalava en aquell país. Segons el seu creador, aquesta beguda afavoreix la concentració, porta a un estat d'alt rendiment i elimina els antulls de sucre i sal que ens assalten al llarg del dia. Evidentment, qualsevol persona se'l pot preparar a casa seva sense comprar-li els ingredients a Asprey, però aquest ad-

verteix que els resultats no seran els mateixos perquè el seu cafè i el seu oli de coco enriquïts –i patentats– aporten molts més beneficis. Es ven només als Estats Units i en alguns països d'Europa, entre els quals no es troba Espanya. Al voltant d'aquest cafè a prova de bales, Asprey ha mutat tot un imperi, i els seus podcasts amb consells dietètics se'ls han baixat més de 20 milions de persones. I és que el que va començar sent un cafè és ara tota una dieta, *The bulletproof coffee diet*, de la que existeix un llibre. Es tracta d'una barreja de paleodieta i filosofia *gluten-free* gràcies a la qual Asprey diu que s'ha aprimat més de 40 quilos.

JUICERO

Aquesta combinació entre gadget tecnològic i suc de verdura i fruites de cultiu orgànic estava predestinada a triomfar a Silicon Valley. El seu inventor va ser Doug Evans, un novaiorquès que va començar la seva carrera al món de l'emprenedoria preocupada per l'alimentació i que va decidir fer-se veç després de la mort de la seva mare de càncer i del seu pare per problemes cardiovasculars. Evans havia creat –el 2002– Organic Avenue, una empresa que es dedicava a vendre suc natural embotellat. Així que a Evans li va semblar que oferir a la gent una líquidadora perquè se'ls poguessin fer a casa, i ell vendre la màquina i la matèria primera, era el

pas natural. Juicero era una espremedora que es va comparar amb les cafeteres de càpsules, ja que no espremia les fruites i verdura directament sinó tallades dins d'uns sobres. Malgrat que la màquina no era barata (570 euros) i tenia connectat wifi, Evans va aconseguir vendre'n un milió i atreure inversions per valor de gairebé 100 milions d'euros. Això durant tres anys i fins que algú a Bloomberg va descobrir i va demostrar que prement els sobres amb les mans s'obtenia exactament la mateixa quantitat de suc que amb l'espremedora (els vídeos es poden trobar a internet). Juicero va tancar el setembre del 2017 deixant inversors i clients molt enfadats.



Company. Aquesta empresa amb seu a Barcelona, per exemple, elabora Poseidon, "una beguda amb sabor de llimonada casolana" feta a partir d'aigua de mar –filtrada i esterilitzada–, aigua de brollador del Montseny i suc de llimona de cultiu orgànic, i endolcida amb xarop d'atzavara, "un sucre que té un baix índex glucèmic", diu Mas-sip-Salcedo. Segons aquesta llicenciada en Química, doctora en Bioquímica i professora de Nutrició i

d'Aneabe, a Espanya el 96% de l'aigua que es ven és aigua mineral natural, o el que és el mateix, aigua que "té un origen subterrani que la protegeix de forma natural de qualsevol risc de contaminació. S'envasa a peu de brollador amb unes condicions d'extrema asèpsia –sense cap contacte humà– per protegir-ne la puresa original i mantenir inalterables les seves propietats saludables i la seva composició en minerals, que roman

constant en el temps", explica Irene Zafra. El procés perquè l'aigua d'un brollador es pugui vendre com a mineral natural "és llarg i pot durar fins a quatre anys", explica la secretària general d'Aneabe, ja que intervenen "les autoritats mineres, de sanitat i medi ambient". A més, és aigua que té una gran puresa bacteriològica i que s'analitza mensualment per assegurar que manté totes les característiques que la converteixen en una "ai-

gua molt singular", explica Zafra. L'aigua mineral natural –com l'aigua crua– no rep cap tipus de tractament, però perquè no ho necessita, ja que és pura en origen i s'ha analitzat prèviament per saber totes les seves característiques i assegurar que és apta per al consum humà. En canvi, l'aigua que s'ha posat de moda a Califòrnia no es tracta amb l'excusa de preservar totes les propietats que promet i que suposadament li confereix la

natura, encara que quan es lleix la lletra petita totes les empreses que comercialitzen aquest tipus d'aigua adverteixen que les afirmacions i promeses de beneficis que fan no han estat avaluades per la FDA, l'agència de seguretat alimentària d'Estats Units. De fet, en l'actualitat hi ha aigües al mercat amb els orígens més variats: de pluja, de glacera, d'iceberg, procedents de la condensació de la rosada... Moltes d'aquestes ai-

VENDES A ESPANYA**A Espanya, el 96% de les vendes correspon a aigua mineral natural, la més pura**

Bioquímica, sense arribar a la necessitat de beure aigua crua, "la gent cada cop està més informada i sap que molts dels problemes d'intolerància i al·lèrgies que hi ha avui dia estan estretament relacionats amb allò que mengem".

De qualsevol manera, l'aigua crua no es podria vendre a Espanya, ja que tal com explica Irene Zafra, secretària general de l'Associació Nacional d'Empreses d'Aigües Envasades (Aneabe), l'aigua embotellada està molt controlada, i a més la regulació és diferent a la dels Estats Units. Segons les dades

Restaurants: de l'aixeta tractada amb osmosi inversa

■ L'aigua embotellada cal transportar-la fins als punts de consum, per la qual cosa des del punt de vista mediambiental és més discutible. Per això, en restauració –de la mà del moviment Km 0– s'ha començat a posar en qüestió que l'aigua hagi de viatjar fins a la taula del comensal, i cada vegada és més comú trobar locals que ofereixen aigua filtrada servida en ampolles de vidre sense tancar, omplertes al moment –es publicita fins i tot com a "aigua acabada de fer"– i que no és sinó aigua de l'aixeta tractada amb un sistema d'osmosi inversa instal·lat al mateix res-

taurant. L'aigua de l'aixeta "prové d'aigües superficials procedents d'embassaments, rius o dessalinitzadores i, per tant, necessita ser tractada químicament per desinfectar-la, protegir-la de potencials contaminacions i que pugui ser apta per a consum humà", diu Irene Zafra. O sigui que quan arriba a l'aixeta ja és potable. A més, fa un llarg recorregut a través dels sistemes de la xarxa pública fins arribar al consumidor, i la seva composició és canviant. Des d'Aneabe han posat en marxa la campanya "Clars amb l'aigua", "perquè el consumidor sàpiga els dife-

rents tipus d'aigua, les diferències, que sàpiga que l'aigua filtrada no és aigua mineral i que hi hagi transparència en el servei", explica Zafra. El 2004, al Regne Unit va esclatar la polèmica quan es va saber que es venia una aigua, Dasani, etiquetada com a "aigua mineral natural", que en realitat era aigua del servei d'abastament públic que captava l'aigua del riu Tàmesi, que posteriorment era sotmesa a un procés de filtrat per osmosi inversa. Dasani es venia a 1,4 euros el mig litre, i l'empresa subministradora cobrava la mateixa quantitat a 0,004 euros.

FONTS**Al mercat s'embotella aigua de pluja, d'iceberg, de glacera i de rosada**

gües són el que es coneixen i es venen com a aigües premium, normalment en ampolles vistoses –amb l'aigua crua passa el mateix–, en contraposició a l'austera ampolla de PET o de vidre (reciclables) de la majoria d'aigües minerals naturals. Segons la legislació espanyola, "haurien de ser sempre tractades abans de vendre's a Espanya i etiquetades amb l'acotació que estem davant d'aigua potable preparada. El problema és que no hi ha denominacions de venda i no arriben amb aquesta denominació", explica Irene Zafra. ●