

Supercibi: una moda non miracolosa

I supercibi o superfrutti come la curcuma, l'acai, le bacche di Goji stanno vivendo una stagione di entusiasmo commerciale in quanto sono propagandati per le loro proprietà che vanno dalla antiinfiammatoria, all'antiossidante, all'antietà e spesso all'"antitutto".

Non esiste una definizione ufficiale di superfrutto, in quanto è un vocabolo "pubblicitario". Dal 2007 l'Europa ha vietato l'uso della parola superfood sugli imballaggi degli alimenti; questo termine che evoca un effetto salutistico può solo essere usato come claim quando la sostanza può vantare una corposa documentazione a prova del suo effetto. Indispensabile nell'identikit commerciale di un frutto l'origine geograficamente lontana; un frutto considerato "super" e presente naturalmente in Europa può essere banale e non suscitare interesse commerciale; deve essere di altro continente come Asia o sud America.

La curcuma è uno degli ingredienti principali della polvere di curry; è stata impiegata da millenni nella medicina indiana e cinese per la cura della flatulenza, delle irregolarità mestruali; oggi vanta effetti antiinfiammatori ed antiossidanti.

Il ginseng cinese se assunto a dosi terapeutiche ha effetti sullo stress, dà energia e migliora le difese immunitarie. Nelle abitudini occidentali è occasionalmente assunto come bevanda, ma le quantità impiegate sono insufficienti per avere una qualche efficacia.

Le bacche di acai derivano da una palma fruttifera del centro-sud America. I suoi frutti sono ricchi di antociani (antiossidante) ed acidi grassi essenziali (omega 6) con effetti sul colesterolo e tutto l'apparato cardiocircolatorio.

Le bacche di Goji sono un frutto conosciuto da millenni nella medicina cinese. Sono bacche rosse che crescono spontanee in Mongolia, Tibet e Cina. Contengono acidi grassi essenziali con attività antiossidante, paragonabile alla vitamina C; recentemente usata nella degenerazione senile della macula.

I più inclini a consumare questi integratori ed altri prodotti per la salute sono persone generalmente normopeso, scarse consumatrici di alcol e non fumatori, con uno stile di vita complessivamente salutare, già inclini alla prevenzione delle malattie.

Per queste persone la garanzia della buona salute viene dal loro stile di vita; pertanto, l'integrazione della dieta non è indispensabile. Vale questa regola generale: se un soggetto mangia bene in modo vario e lo stile di vita è sano, gli integratori sono inutili.

Eppure gli italiani sono i primi consumatori in Europa per il consumo delle bacche di Goji, della curcuma...in generale dei superfood. Dalle statistiche emerge una percentuale elevata di consumatori in Italia (circa il 16%), a fronte di un 5-6% dei tedeschi, inglesi e spagnoli.

La giustificazione non sta nella irresistibilità del gusto, ma perchè il 68% della popolazione italiana è convinta del loro effetto curativo. Alcuni lo riconoscono come il frutto della longevità, altri danno loro un effetto antietà, ed ancora c'è chi lo sceglie per un effetto anticolesterolo con beneficio sulle malattie cardiovascolari... ma l'elenco potrebbe continuare.

In conclusione, tutti i superfood sono una trovata di marketing e per nessuno di questi esiste "prova scientifica" a dimostrazione delle loro proprietà salutistiche ; ciclicamente si innesca un

meccanismo che porta alla beatificazione di qualche pianta miracolosa capace di rinnovare l'illusione di un ostentato benessere.

E' difficile riconoscere il limite tra le trovate del marketing e dove inizia la scienza. Il mio piccolo contributo serve a sviluppare un proprio spirito critico per navigare da soli in questo mercato. Serve, pertanto, una visione di insieme sulla alimentazione in generale; e concludo con una frase di José Mourinho, noto allenatore sportivo: "chi sa solo di calcio non sa niente di calcio"; parafrasando, chi si affida alla curcuma per la propria salute non capisce nulla di prevenzione alimentare.