

dr Hans-Ulrich Grimm



Jedzenie czy trucizna?

Nieświadomość
ZABIJA



**Jedzenie
czy trucizna?**



dr Hans-Ulrich Grimm

Jedzenie czy trucizna?



Nieświadomość
ZABIJA

Vital
GWARANCJA ZDROWIA

REDAKCJA: Mariusz Warda
SKŁAD: Tomasz Piłasiewicz
PROJEKT OKŁADKI: Piotr Pisiak
TŁUMACZENIE: Katarzyna Jurczak
KOREKTA: Urszula Wołos

Wydanie I
BIAŁYSTOK 2015
ISBN 978-83-64278-76-1

Tytuł oryginału: Die suppe lügt. Die schöne neue Welt des Essens
Copyright © 2014 by Droemer Verlag.
Ein Unternehmen der Droemerschens Verlagsanstalt
Th. Knauer Nachf. GmbH & Co. KG, München

© Copyright for the Polish edition by Wydawnictwo Vital, Białystok 2014
All rights reserved, including the right of reproduction in whole or in part in any form.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Żadna część tej publikacji nie może być powielana ani rozpowszechniana za pomocą urządzeń elektronicznych, mechanicznych, kopiujących, nagrywających i innych bez pisemnej zgody posiadaczy praw autorskich.



15-762 Białystok
ul. Antoniuk Fabr. 55/24
85 662 92 67 – redakcja
85 654 78 06 – sekretariat
85 653 13 03 – dział handlowy – hurt
85 654 78 35 – www.vitalni24.pl – detal
strona wydawnictwa: www.wydawnictwovital.pl
sklep firmowy: Białystok, ul. Antoniuk Fabr. 55/20

Więcej informacji znajdziesz na portalu www.odzywianie24.pl

PRINTED IN POLAND

Spis treści

- 1. Dyskretna siła świata:
przemysł smaku 9**
- O pewnym zadziwiająco skromnym koncercie w Nowym Jorku /
Do czego piekarzowi potrzebny jest wywiad / Oszukiwanie zmysłów
od wczesnego ranka po późny wieczór, niezależnie od tego czy jemy muesli,
czy szpinak / Każdego dnia zjadamy funt pożywienia o smaku stworzonym
całkowicie sztucznie / W jaki sposób z siedmiu gramów kury można zachwyścić
konsumenta pyszną zupą
- 2. Nieprzyjemny zapach:
emancypacja smaku z natury..... 31**
- Błogosławieństwo pochodzące z natury: o sztuczkach, australijskich wiórach,
które uwalniają i wydobywają „naturalny” aromat truskawek / To wspaniałe:
wegetariański aromat „pieczeni wołowej” / Szkody towarzyszące produkcji
smaku / Patent na sfingowanie owoców
- 3. Genialnie zbilansowane:
o ewolucji smaku 47**
- Deser na sam koniec albo skomplikowana droga do uporządkowania potraw
/ Pan o nazwisku Maggi i dobrodziejstwa chemii / Na początku była papka /
Wynalezienie przysmaków i dlaczego dzisiaj potrzebujemy przede wszystkim
dużych dawek / Gdzie stała kolebka makaronu?
- 4. Batonik czekoladowy – o wartości 0:
ukryte w nim ryzyka zdrowotne 65**
- Dlaczego dla niektórych ludzi „batonikowa przerwa” może nawet zagrażać
życiu. Na co zmarła tak nagle Sarah Redding, 17 lat? / Lekarz w roli detektywa
/ Ciężkie uszkodzenie mózgu – i to po jednym lodzie / Dziwaczne pomysły:
szczepienia zanieczyszczające dla małych dzieci

**5. Jak sępy:
walka o najmłodszych 85**

Tajemnica zielonego pęczku: tureckie dzieci mieszkające na Kreuzbergu znają swoje zioła / Pierwsza lekcja matematyka, druga słoneczna wyspa włoska: koncerny spożywcze w klasie / Lepiej nie być przesadnie zdrowym: reklama dla dzieci wzorowana chyba na jakimś horrorze / Matki na barykadach: zwalczyć monstrum Nestlé!

**6. Z trudem w stronę mózgu:
triumfalny pochód słodkości i jego skutki..... 107**

Czego szuka cukier w kielbasie? / Dlaczego w przypadku prowadzenia kuracji produkty typu lemoniada light tak trudno polecać / Cukrzyca spowodowana słodzikami – jak to możliwe? / Niebezpieczna cola: 180 000 umiera rocznie z powodu picia napojów bezalkoholowych

**7. Bezwartościowy dym:
zbliżająca się legalizacja zabronionych metod rzeźniczych.... 123**

Dlaczego kielbasę należy umyć / Dlaczego dym ostatnio ma płynny stan skupienia i jak to jest, że etykieta na produkcie mleczny i pozostaje jak zwykle czysta / Zdrowe to oczywiście nie jest / Gdzie jest dym? McDonald zbywa to milczeniem / Wszystko ma swój koniec, tylko nie kielbasa

**8. Tego już za wiele:
dobry smak stał się pomocniczym środkiem tuczącym 141**

Dlaczego koty lubią Whiskas / Jak właściwie smakuje aromat typu Mysz? / Biedne świnki: nawet one zamiast truskawek dostają czysty aromat / Pasza treściwa dla krów jest obecnie perfumowana smakiem typu „łąka pełna ziół” / Wspólne choroby: dlaczego człowiek i jego domowe zwierzę zrównały się cywilizacyjnie

**9. Demoralizacja i łakomstwo:
prawo etykietowania..... 159**

Dziwne uwarunkowania prawne: zakaz oszukiwania konsumenta, fałszowanie smaku dozwolone / Ścięcie głowy z powodu rozcieńczania wina: tego już naprawdę za wiele / Wszystko w pełni naturalne – także aromat z mikroorganizmów modyfikowanych genetycznie / Super: trociny i wióry na aromat truskawkowy uchodzą obecnie za artykuł spożywczy

**10. Ślepe próby:
nowa niemoc kontrolerów państwowych 179**

Dlaczego pewien urzędnik musiał destylować w czasie pracy wódkę / Jedna osoba z rządu na jedną osobę z Red Bulla: lobby twardo siedzi przy stole / Gdy rząd światowy obraduje w sprawie produktów spożywczych, demokracja ma przerwę / Badania nad aromatami: jak zalegalizowano oszustwo

**11. Zupa kłamie:
oszustwo na organizmie i jego skutki 199**

O przesłaniu pieczeni wysłanym do mózgu i brzucha / Jedzenie działające jak fetysz / Błędny alarm w układzie trawiennym: właściwie dlaczego smak ma takie ważne zadanie do wykonania / Dlaczego przemysłowe aromaty są utajnionymi wyzwalaczami tego, że jesteśmy grubi / Wybrakowane jedzenie, a mimo to nadwaga: jak to możliwe?

**12. Działanie przy pomocy wbijania czegoś do głowy:
walka gigantów w biznesie spożywczym..... 217**

Sklepy spożywcze z oceną kryminalną: dlaczego FBI nagle przemyciło swoich agentów do środowiska związanego z aromatami / Bezwzględnie brutalne metody koncernów supermarketowych / Chleb przyszłości: chemia świętuje swój triumf / Zdrowe pożywienie prosto z ogrodu zoologicznego bakterii

**13. Obok wytuczonych ścieżek:
o niustającym wzmacnianiu smaku 237**

Od razu do morza, żeby tylko schłodzić wysypkę / Wzmacniacz smaku, który niby nim nie jest: również ekstrakt drożdżowy zbiera żniwo w postaci ofiar / Skąd nagle pojawia się delikatna nuta pieczonego kurczaka? / Funt glutamianu dziennie: kontrowersyjny proszek ma wielu podejrzanych przyjaciół / Aromaty tylko na własną odpowiedzialność

**14. Śmieci w przebraniu:
jak z odpadów stać się artykułem spożywczym 257**

Metamorfoza mieszkańców mórz i oceanów: w jaki sposób krył może zostać przemieniony w kielbaski frankfurterki / Jak z substratu bioodpadów może powstać gulasz / Fakultet z wykorzystania odpadów: mikroby dbają o aromat / Innowacyjne resztki kuchenne: ze ścieków powstaje smak waniliowy

**15. Bardziej apetycznie i smacznie:
przyszłość smaku 279**

Jedzenie na łapu capu, a rozwodniony płyn z cukrem smakuje jak czysta woda / Pięciominutowe halucynacje: Nestlé i manipulacja smakiem w mózgu / Powrót do łask cotygodniowych targów i rynków / Powiew rebelii owiewa kuchenkę do gotowania / Smak prawdziwego życia

Literatura 303

1. Dyskretna siła świata: przemysł smaku

O pewnym zadziwiająco skromnym koncernie w Nowym Jorku /
Do czego piekarzowi potrzebny jest wywiad / Oszukiwanie zmysłów
od wczesnego ranka po późny wieczór, niezależnie od tego czy jemy
muesli, czy szpinak / Każdego dnia zjadamy funt pożywienia o smaku
stworzonym całkowicie sztucznie / W jaki sposób z siedmiu gramów
kury można zachwycić konsumenta pyszną zupą

Oczywiście żadnego koncernu nie da się ukryć. Ale można przynajmniej spróbować to zrobić.

Na przykład w Nowym Jorku, w samym sercu Manhattanu. Okolica wokół Central Parku idealnie się do tego nadaje: zupełnie nierzucające się w oczy miejsce, bardzo ożywione, zarówno w dzień, jak i w nocy. Fani muzyki podążają do Carnegie Hall, aby posłuchać japońskich filharmoników czy nowojorskiego chóru gejowskiego. Młodzi zmierzają do kafejki Hard Rock Cafe, Niketown czy nawet sklepu z obuwem sportowym. A ci bardziej przy kasie poszukują Tiffany'ego na rogu Piątej Alei lub czegoś innego, ale równie szlachetnego.

Główna kwatery koncernu znajduje się tak jakby trochę na uboczu, w dół od Hudson River. Droga prowadzi trochę w dół, widuje się tu tylko nielicznych. Tuż obok bardzo szykownych apartamentowców stoją też lekko podupadające, stare zabudowania z graffiti na czerwonych, palonych ceglach, z zerdzewiałymi drabinami alarmowymi, wybitym szkłem klatek schodowych. Znajdziemy tam typowo wiejską knajpę Jake's Saloon a także chińską restaurację Ocean Dragon. Obok ktoś handluje oponami, kto inny prowadzi filię Nissana czy Toyoty. Oraz filię BMW, a wszystko tuż obok głównej kwatery

koncernu, który mieści się pod adresem: 521 West 57th Street, New York, NY 10019.

Fasada z różowego granitu i ciemnego, nieprzezroczystego szkła, wąskie wejście tuż z boku, pod szyldem złożonym z trzech błyszczących liter z mosiądzu: IFF. Tylko trzy litery, nic więcej. Miejsce całkowicie anonimowe. Nie rzuca się w oczy. Brak jakiegokolwiek pompy, domagającego się szacunku wejścia, wjazdu dla limuzyn. Jedynie z tyłu budynku rampa do rozładunku ciężarówek. IFF to skrót od International Flavors & Fragrances.

Tu produkuje się smak. Smak lodów, smak pizzy, smak jogurtu. To tu komponuje się zapach całego świata, planuje się radości podniebienia dla mieszkańców całego globu kuli ziemskiej, to tu tworzy się iluzje zmysłów przyszłości. Ale co widzimy na zewnątrz? Otóż nic.

Podobnie w Szwajcarii ukrył się pewien koncern. Tamten jest nawet jeszcze większy. Jego kwatera główna leży tuż nad Jeziorem Genewskim. Malutka, prawie bez ruchu drogowego uliczka spokojnie prowadzi do miejsca, które nazywa się Rue du Village, ulica Wiejska. Wszystko tam jest tak cudownie czyste, na ulicy stoją donice z kwiatami, wokół ratusza jest dużo zagród i podwórek. Takie trochę wiejskie, trochę jednak światowe klimaty.

Kilka metrów w górę ulicy i już widzimy piękne łąki z widokiem na góry, po prawej stronie stoją domy mieszkalne, to jakaś willa, a przed nią porsche, motocykl. Na koniec widzimy winnicę, a na dole, nad samą rzeką centralę koncernu.

Givaudan, tak brzmi nazwa na bramie. Koncern, którego prawie nikt nie zna. Ale jego produkty są w każdych ustach. To największy koncern smaku na świecie. A tu jest jego kwatera główna: kilka płaskich, nowoczesnie urządzonych biurów, wokół park, daleki fabryka i wielki, bezokienny prostopadłościan. Przed nim, na rampie stoi kilka ciężarówek. Sam prostopadłościan widoczny jest z różnych stron, także z autostrady A1, która biegnie tuż obok. Także z tej

strony widnieje nazwa firmy wypisana wielkimi literami: Givaudan. Tylko tyle, nic więcej. Żadnej wskazówki odnośnie formy czy przedmiotu działalności. Bez sloganów. Bez napisów typu: „Tu powstaje smak twoich lodów truskawkowych”.

To największy zakład na naszej planecie, który poświęca się całkowicie produkcji smaku. Wytwarza smak dla samych wielkich, dla Nestlé i dla Danone.

Smak. To, co najbardziej cenimy sobie w jedzeniu. Smak truskawek. Pomarańczy. Zupy z kury. Albo wanilii. W świecie prawdziwego jedzenia smak truskawkowy pochodzi od truskawek. W świecie pożywienia przemysłowego, w świecie Nestlé, Danone, Dr. Oetker jest już inaczej. Tam nawet smak produkuje się przemysłowo i z przyrodą ma on niewiele wspólnego. Smak staje się tu dziełem sztuki.

Piękny, nowy świat pożywienia to świat supermarketów, stacji benzynowych i lotnisk, kantyn i kawiarni. To świat równoległy, który w międzyczasie rozprzestrzenił się już na całą kulę ziemską – a także na pożywienie prawdziwe i naturalne, chwycił je w swe objęcia, w wielu zakresach przeniknął je. Przemysł produkuje smak, a ten z kolei jest dodawany do pożywienia. Do lodów waniliowych. Jogurtu truskawkowego. Pizzy.

To jest interes, działalność, do której nikt nie może mieć wglądu, nikt się nie może temu przyglądać. Nie istnieją zdjęcia z procesu produkcji, filmy video, kampanie reklamowe. Nie wpuszcza się tu odwiedzających, ekip telewizyjnych, dziennikarzy, nic z tych rzeczy, gdy powstaje jakiś smak.

Co dziwne: te koncerty wpływają na to i określają to, co jedzą miliony istot ludzkich. Panują nad smakiem gotowych zupek i mięsa w puszcze, przekąsek z mikrofal i pizzy z głębokiego mrożenia. Te firmy są ekstremalnie innowacyjne, stale wymyślają nowe aromaty i przeżycia dla naszego podniebienia. Miałyby zatem wiele ciekawych rzeczy do opowiedzenia. Ale tego dowiadują się ewentualnie jedynie

inne firmy, które z kolei używają tych tajemniczych, imitujących smak dodatków w swoich produktach. Nie dowiadują się tego natomiast ludzie, którzy te produkty konsumują. Tak na przykład wspomniany wcześniej koncern z Nowego Jorku jest bardzo powściągliwy. Milczenie to oficjalna polityka tej firmy. „Z powodów politycznych firmy, niestety nie wolno „zdradzać żadnych szczegółów dotyczących działalności spółki”, informuje zarząd International Flavors & Fragrances IFF (Niemcy) GmbH. Z kolei innym razem firma nie była „w stanie” ustalić terminu wizyty dotyczącej dochodzenia w tej sprawie „z powodu aktualnej sytuacji kierownictwa i zarządu”.

Tak samo jest w Givaudan, gigancie smakowym znad Jeziora Genewskiego. Tu też nie ma dostępnych terminów: koncern wprost „zrezygnował” - dosłownie - „z rozmowy”, jak poinformował nas pewien pan odpowiadający za ustalanie terminów, mężczyzna o pięknym tytule stanowiska Head Investor Relations.

Ważni są tu inwestorzy. Dla konsumentów panuje jednak blokada kontaktowa. Ma pozostać tajemnicą proces, w jaki sposób powstaje smak. Ci panowie nigdy, przenigdy nie zdradzą swojego smaku w jakimkolwiek show kulinarnym czy talk-show.

Nie jest natomiast tajemnicą, że interesy idą wspaniale. Strony internetowe firmy Givaudan chętnie podają liczby, bardzo wysokie liczby. Bo to jest rzecz, która inwestorów interesuje. O to przecież chodzi. W produkcji smaku to rzecz najważniejsza. Na samej górze czytamy: kurs akcji. Dużymi literami wpisane są też: wyniki finansowe za pierwsze półrocze. Stopa obrotu: plus 5,7 procenta. Zysk: 22,9 procenta. To oznacza jedno: to bardzo zyskowny interes.

A widoki na rozwój i wzrost są także wspaniałe. Ekspansja na cały świat właśnie jest w toku. Tu też koncern dumnie wskazuje na liczby: obrót w krajach rozwijających się (rynkach wschodzących) rośnie pionowo w górę: plus 9,4 procenta w ubiegłym roku, na łącznie już 45 procent (2013).

Givaudan otwiera nowe „Centrum Kreacyjne” w Singapurze. Otwiera też nowe miejsce produkcji w Chinach. Koncern ma przedstawicielstwo w ponad 40 krajach na świecie. Miliarder Bill Gates ma w nim udziały w wysokości 10 procent. Nestlé także około 10 procent.

Produkcja smaku to interes z przyszłością. Istnieje 10 koncernów, które dominują i mają władzę nad tą działalnością. To koncerny, których prawie nikt nie zna. To nowy, tajemniczy i bardzo zamknięty świat, nowa moc na świecie, moc smaku.

Ludzie, którzy nie cierpią biedy, jedzą to, na co mają ochotę. Sałami. Pizzę. Spaghetti z sosem pomidorowym. Lody. Smak jest tym, co zapewnia nam przyjemność w jedzeniu. W świecie pożywienia prawdziwego pochodzenie smaku świadczy o wartości towaru typu truskawki, pomarańcze, marchew. Bo to, co jest dobre i świeże, smakuje dobrze i świeżo. W przypadku produktów z supermarketu, tych w kolorowych, pięknych opakowaniach, smak najczęściej nie jest prawdziwy. To właśnie on jest najczęściej fałszowany. Te manipulacje są znaczne i mają swoje skutki. Ponieważ ten smak nie jest dodawany po to, żeby człowiek miał większą przyjemność z samego jedzenia.

Dla naszego organizmu smak jest bardzo ważnym kryterium stanowiącym o wyborze jedzenia. Zmysł smaku działa tu niejako jako kontrola jakości. Decyduje o tym, co jemy. O naszych upodobaniach i niechęci. Reguluje zaopatrzenie w to, co najważniejsze, co daje nam życie: pożywienie. To najważniejsze kryterium decydujące.

Tym bardziej zgubne w skutkach, że prowadzone na manowce metodami coraz bardziej podstępny. W świecie pożywienia produkowanego na skalę przemysłową smak stał się zdegenerowanym oszustwem. A wśród koncernów produkujących smaki to ten odnosi największe sukcesy, który wynajdzie do tego oszustwa najtańsze surowce, słynne już wióry i trociny, z których produkuje się aromat truskawkowy, jednak zaliczane do tych bardziej apetycznych substancji.

W równoległym świecie pożywienia przemysłowego smak odszedł niejako od swego pierwotnego pochodzenia i znaczenia bycia wyznacznikiem bezpośredniego wrażenia zmysłowego. W obecnej produkcji przemysłowej produktów spożywczych stał się, jakby tu porównać, jak kłapa tylnego bagażnika w nowym mercedesie coupe czy obcasem w nowoczesnych, damskich butach włoskiego znanego domu mody: to element designu, który w kolejnych sezonach zastępowany jest jakimś nowym wzorem. To tak, jak w modelach samochodów czy garniturów co roku napływa nowa fala zmian: około 10 000 produktów spożywczych w Europie i Ameryce wchodzi na rynek, każdego roku. A w Japonii jest to nawet 20 000 nowych produktów. A tak na marginesie: 50 procent z tego, to taka ogólna zasada branży, z kolei niebawem zabiera się z rynku, bo wydaje się, że konsumenci nie mają na te produkty apetytu. Przy gigantycznym nakładzie na reklamy konsumentom robi się apetyt na produkty reklamowane: w samych Niemczech na tę właśnie branżę reklamową wydaje się więcej pieniędzy niż na przemysł samochodowy. I to na rzecz, którą przecież i tak każdy kupi: mianowicie na jedzenie.

To osobliwe w tym przemyśle: właściwie przecież produkuje on najważniejszy towar, jaki istnieje – produkty spożywcze. To w końcu branża, która ma szczęście: jej produkty są codziennie kupowane, konsumenci muszą rano i wieczorem na nowo robić zakupy, branża powinna zatem się cieszyć. Taki producent T-shirtów, którego produkt co wieczór znikalby z ciała człowieka, bardzo by się z tego cieszył, tak samo jak producent samochodów, których karoseria byłaby połykana przez ziemię od dołu.

Jednak przemysł, który przecież produkuje najbardziej potrzebne produkty na świecie, włożył całą swoją siłę, moc, ambicję w to, aby pozbawić swoje produkty tego, co najpotrzebniejsze: wartości odżywczych. Przyznaje się ogromne ilości patentów na pożywienie, które jest tak bardzo zbędne, z którym nasz organizm nie wie zu-

pełnie, co ma po spożyciu zrobić. Imitacje produktów odżywczych, mało kaloryczne, bez tłuszczu czy białka. „Produkty imitujące pożywienie nie powinny być uznawane za potrawy o jakiegokolwiek wartości odżywczej, a raczej powinny służyć zadowoleniu tylko i przyjemności czerpanej ze spożywania ich w nieograniczonych ilościach”, jak pisze firma International Flavors & Fragrances w swoim piśmie patentowym (DE 36 38 662).

Przemysłowo produkowany smak odgrywa tu rolę centralną, umożliwia sprowadzenie, że coś smakuje, chociaż nie ma żadnej wartości, jednak z tego powodu jest czymś na kształt substancji odżywczej, jakąś jej namiastką.

Uprzemysłowanie smaku umożliwiło spełnienie starych, ludzkich marzeń: odcięcie się od natury. I to w podwójny sposób. Syntetyczny smak powoduje uwolnienie od tego, że potrawy miały spełniać w naszym organizmie jakieś zadanie: mogą teraz bez żadnych konsekwencji prześlizgiwać się przez nasz organizm i pozostawiają tylko tchnienie wrażenia jakiegoś aromatu. No i nareszcie są zupełnie wolne od naturalnych surowców. Jogurt truskawkowy symuluje owoce, które rzekomo są w środku, do tego ma zapach, jakby pochodził z natury.

W tym nowym świecie jedzenia panują zupełnie nowe maksymy. Od czasu, gdy tajemnicze koncerty odpowiadają za smaki, gdy nie czują się zupełnie odpowiedzialne za ludzi, którzy to jedzą, a chcą przypodobać się inwestorom, nie chodzi już o to, żeby jedzenie, na przykład taka kura, było dobre. Chodzi o to, aby było tanie. A im mniej tej taniej kury, tym jeszcze taniej. O smak zatroszczą się już koncerty. Właściwie do tego nie potrzebują już żadnej kury, tylko czegoś zupełnie innego, czegoś, na temat czego wolą milczeć. Na ludzi ma oddziaływać już tylko reklama. A ona pokazuje przepiękny widok świata przyrody i idyllę truskawek, które lądują w jogurcie. To wspaniałe zjawisko, widoczne z zewnątrz. A w tle rozprzestrzenia się

świat przemysłu, który potajemnie działa: w hałaśliwym świecie mediów, w internecie, radiu, telewizji. To ten potajemny świat określa, co ludzie mają uznać za smaczne. Działa na naszą podświadomość, steruje decyzjami w najgłębszych warstwach umysłu.

To, jak manipulować ludźmi, to główne zadanie i najważniejsza kompetencja tych koncernów. Metody są coraz bardziej wyrafinowane. Koncerny produkują nie tylko smak, wytwarzają także zapachy, które od dawien dawna były wspaniałym wabikiem w grze miłosnej, w grze uwodzicielskiej obu płci, ponieważ oddziałują one bezpośrednio na najważniejsze centra w naszym mózgu i działają tam, gdzie powstają pożądania. Givaudan na przykład produkuje zapachy do perfum firm Gucci i Boss. W IFF dział zajmujący się produkcją zapachów oferuje aromaty do perfum dla marek Donna Karan, Calvin Klein, Ralph Lauren; to dodatki, które uszlachetniają aurę osoby, która się nimi spryska.

IFF produkuje też, podobnie jak i jej konkurenci z branży mgielnej, także takie zapachy, które w sklepach służą za wabik na tyle, że wpływają na dokonywanie zakupów przez konsumenta.

Zapach, który w przyrodzie może działać na tyle, aby sterować podświadomością, może także w świecie gospodarki wpływać na podejmowanie decyzji.

„Dlaczego właśnie marketing zapachowy?”, pyta australijska firma Air Aroma, która rozwinęła rozwiązania związane z zapachami dla całej gamy branż. „Skutkiem są szczęśliwsi klienci, którzy długo zapamiętują dana markę”. Przedsiębiorstwo, które posiada przedstawicielstwa w ponad 80 krajach na całym świecie, rozwinęło „rozwiązania marketingu zapachowego” dla wielu domów mody, jak Benetton i Zara, dla sieci hoteli Hilton, Novotel, Sofitek, dla siłowni od Fitness First, China Merchants Bank, firm samochodowych jak Aston Martin czy General Motors, Lexus i Nissan, Toyota i Mercedes. Niemiecki gigant aromatów Symrise wytworzył zapach do

wnętrza samochodu mercedes klasy S. „Naszą misją jest to, aby świat pięknie pachniał”, twierdzi Air Aroma.

Przeciwnicy takich działań złością się i nazywają to „zaśmiecaniem zapachami”. Zapachy te są używane w takich ilościach, że protestują już nawet obrońcy konsumentów: „Komisja higieny powietrza pomieszczeń wewnętrznych” niemieckiego Związku Środowiska ostrzega przed ryzykiem pojawienia się alergii. Brytyjski Uniwersytet Bristol wykazuje w tym zakresie troskę i wskazuje na niebezpieczeństwo dla kobiet w ciąży i dzieci: ci, którzy rozpylali w domu „poprawiacze zapachu”, częściej cierpieli z powodu bólu głowy i depresji, ich dzieci natomiast częściej zapadały na infekcje ucha i biegunkę.

A stres wywołany pracą stale rośnie, całkiem niezauważenie. Ponieważ firmy mogą podnosić przy pomocy zabiegów „zapachowania” biur i fabryk ferwor i zapal do pracy. IFF stworzyło swoistą instrukcję pomocną przy planowaniu klimatyzacji i uwzględniło w niej świadome, aczkolwiek niezauważalne, łatwo umożliwiające manipulację porady instruktazowe, które informują o działaniu różnego typu zapachów na psychikę człowieka.

I tak na przykład na złość, co w wielu firmach jest chlebem powszednim, dobrze powinna zadziałać na przykład melisa, przeciwko zazdrości, zawiści i braku życzliwości, które mogą przecież skutecznie hamować produktywność całego biura, cuda zdziała zapach różany. Depresję i melancholię złagodzi powiew bazylii, troski i zmartwienia odsunie majeranek. Wobec braku zaufania, który często miewa konsument, sklepy spryskuje się lawendą, a hipnotyczne wręcz działanie wywołuje rumianek – o tym wszystkim donosi nam wspomniana ulotka. A, jeszcze w przypadku apatii, która hamuje zarówno szal dokonywania zakupów, jak i bodźce zachęcające do pracy, IFF radzi użycie jałowca.

Tak samo w przypadku nowoczesnego sposobu odżywiania się IFF ma coś do powiedzenia, do manipulacji. Patent z USA o numerze 4

985 261 zapewnia prawo do pewnego wynalazku, dzięki któremu „artykuły spożywcze w postaci mięsa” włożone do mikrofali na mniej niż 600 sekund dobrze przyrumienią dany artykuł, a dzięki specjalnemu pudrowi aromatyzującemu sprawią jeszcze, że będzie świetnie smakował. Inny patent wytworzyło IFF z kolei dla inteligentnego procesu w celu zmiany aromatu: dzięki oryginalnej kombinacji chemikaliów wytworzyło dla artykułów spożywczych, mydła i proszku do prania piękny aromat truskawkowy, a w przypadku papierosów nutę słodko-owocową i jednocześnie drewna. Patent numer 4 988 532 chroni z kolei proces, który wzmacnia słodycz sztucznych słodzików, eliminuje „nieprzyjemny posmak” i usuwa do tego jeszcze niepotrzebną gorycz w zupkach produkowanych na skalę przemysłową.

Konkurencja jest równie innowacyjna: Givaudan wytworzył całą serię patentów, które manipulują „uczuciem w ustach”, a tym samym mogą powodować „zawieranie znacznej ilości transakcji”, jak informuje firma. Takie pieprzne wręcz innowacje cieszą producentów soków i zupek, przekąsek i słodyczy. Dla ludzi, którzy to konsumują, jest to niekoniecznie zaleta: z tego powodu, że zmysł smaku służy właściwie kontrolowaniu potraw, więc jeśli jest oszukiwany, nie oznacza to niczego dobrego. I jest to nawet wręcz odwrotność tego, co reklamy obiecują, przeciwieństwo świata pełnego piękna natury.

Producenci aromatów, tacy jak Givaudan i IFF, może właśnie dlatego nie są zainteresowani ujawnianiem jakichkolwiek informacji. Te skromne koncerty po cichu pracują w laboratoriach i pozostają zupełnie obojętne na krzyczące wszędzie w telewizji reklamy czy spoty w radiu, jedyne o czym sobie po cichutku myślą, to: „Ach, jak dobrze, że nikt o niczym nie wie...”

Tam, gdzie branżowy katalog firm jest taki skromny, inni przemysłowcy smakowi także nie próbują zaistnieć w mediach: taki Symrise na przykład, wiodący niemiecki koncern aromatów z dolnosaksońskiego Holzminden. „Należymy do bardzo powściągliwej branży”, twierdzi

z uśmiechem pewien pan z kierownictwa przedsiębiorstwa. Producenti aromatów mówią mało albo właściwie zupełnie nie mówią o produktach, którym nadają smak: „Nie chcę się wypowiadać na temat, gdzie się później objawiamy”, mówi trochę pokrętnie jeden z kierowników zajmujących się zapachami. Nie wolno im tego zdradzać, ponieważ ich klienci, wielkie koncerny, tego sobie po prostu nie życzą.

Dlatego właśnie prawie nikt ich nie zna, ale ich produkty są w ustach wszystkich.

Ten, kto pije rano napój kakaowy Kaba, połyka smaki z laboratorium. Kto woli raczej Schoko Cappuccino, tak samo. Jogurt z chrupkami czekoladowymi muesli* firmy Müller poznaje smak dzięki sztuce chemików. Tak samo firmy Pfanni czy Maggi do swoich Bauernfruehstuck czy La Pasta Penne Tomatte-Mozzarella lub 5-Minuten-Terrine Asia – te wszystkie aromaty powstają dzięki znajomości sztuki chemii. Cremespinat Fix und Fertig firmy Iglo, a nawet warzywne Gemuesefond firmy Lacroix i tak naprawdę bardzo delikatny, młody groszek Bonduelle – nic nie istnieje bez smaku dodanego w laboratorium. Ten, kto wieczorami lubi podgryzać chrupiące dodatki, spotyka się także z chemią: Chio Chips Red Paprika, Gold-Fischli Maxi Mix – dzień upływa i się kończy, sztuczne aromaty pozostają z nami na długo.

Uniknięcie tego wydaje się niemalże niemożliwe: piękny, kolorowy świat nowoczesnego jedzenia właściwie nie zna stref bez aromatyzujących dodatków. Amerykańska firma wypiekająca ciasta i pieczywo, General Mills, miesza do swego ciasta na Knack-Back Croissants aromat już w fabryce, Unilevers – córka giganta herbacianego Liptona – poprawia tak swoje Ice-Tea. Zwykła czekolada waniliowa szlachetnego Lindt, wytworzona zgodnie z opisem na etykiecie w sposób zgodny z „oryginalną szwajcarską recepturą” zawiera nowoczesne dodatki smakowe. Klasycy szwajcarscy, a jeden smak. W Bircher, muesli

* Szokującą prawdę na temat oddziaływania muesli na ludzki organizm można poznać również dzięki publikacji „Sposób na chroniczne zmęczenie”, której autorem jest Yuri Elkaim. Książka jest dostępna w sklepie www.vitalni24.pl (przyp. wyd. pol.).

firmy Emmi, w Toblerone, w lodach, nawet w modelu Extreme firmy Nestlé Frisco – wszędzie smak zostaje dodany jako aromat.

Nie inaczej mają się sprawy w Austrii. W Echten Salzburger Mozartkugeln firmy Mirabell czy w Waffeln firmy Manner. Nawet we Francji, to przecież matka delikatnego i naturalnego smaku, jednakże: w chrupkach Les navettes de Provence – aromaty; tak samo w Sauce à l'Échalote Knorra („Smak to nasza natura”); w firmie Maggi w Sauce Hollandaise („Tradycyjny smak”) i w produktach mlecznych Danone, jak na przykład Activia Müesli, w napoju dla dzieci Nesquik firmy Nestlé France. We Włoszech kochają dzieciaki, ale traktuje się je tam bardzo chemicznie, dodając teź chemii do smakołyków dziecięcych firmy Ferrero, do Kinder Pingui czy produktów dla dzieci firmy Nestlé Mio Merenda al Latte o smaku bananowym, deserze puddingu Budino-Cremoso firmy Cameo, jak nazywa się na terenie Włoch marka Dr. Oetker. W wypiekach dla całej rodziny firmy Mulino Bianco Molinetti z domu Barilla.

Hiszpański producent Gallina Blanca aromatyzuje swoje zupki instant Consome al Jerez, japoński Nissin swoje krewetkowe Cup-Noodles. Tak samo postępują Chińczycy: także w królestwie prawdziwych smaków wybuchła przemysłowa rewolucja smaków sztucznych. Cacao Frosties firmy Kelloggs, Schinken Mais Suppe Knorra z torebki, West See Rindfleisch Suppen Mix: zachodni inwestorzy to awangarda aromatów, Chińczycy z kolei kopiują ich w błyskawicznym tempie: widać to zwłaszcza w ulubionych tam makaronach instant Nudeln mit gebratenem Rindfleisch firmy Meister Kang. Marka cukierków Grosser Weisser Hase; koncentrat do zupy Dicke Suppe Schatz; kulki mleczne Bluehende Jugend. To wszystko smakołyki aromatyzowane. Nawet dla dzieci znad Morza Południowego istnieją ulubione przekąski makaronowe o smakach „wołowiny” czy „kury”, filie Nestlé na Fidzi, Tahiti, w Papui-Nowej Gwinei i Nowej Kaledonii też robią to samo. Wszędzie dosięgają nas aromaty.

Równoległy świat przemysłowy pożywienia: dominujemy już w międzyczasie odczuwanie smaku na całym świecie. Na planecie nie ma już białych plam.

Nawet środki i artykuły spożywcze typu bio, przewodzą w tym wszystkie nowoczesne będące na topie napoje Bionade czy Alnatyry czekolada Chili Kirsch. Rozporządzenia dotyczące produktów bio Unii Europejskiej wyraźnie zezwalają na smakowe urozmaicenia.

Aromaty z laboratorium to wiodąca substancja nowoczesnej produkcji artykułów spożywczych. Bez tych tajemniczych proszków i soków produkty równoległego świata pożywienia przemysłowego byłyby, krótko mówiąc, niejadalne, a tym samym niesprzedawalne.

Aromat jest niezbędny, aby dowartościować surowiec, który zupełnie jest smaku pozbawiony. Aromat jest ważnym dodatkiem, ponieważ doskonale przykrywa nieprzyjemny posmak surowca głównego (w świecie artystycznym chemii nazywa się to maskowaniem). Wreszcie: aromat powinien fingować i wręcz udawać smak, który w całym procesie produkcji dawno już zniknął z potrawy.

Z uwagi na to, że wysoko technicznie wyspecjalizowana produkcja artykułów spożywczych całkowicie pozbawia produkt smaku, przemysł rolniczy tak zoptymalizował pomidory, ziemniaki, kalafior, że odpowiadają one już wymogom przemysłu, są łatwe w hodowli, szybko rosną i wiele wytrzymają. Oczywiście w tej sytuacji smak nie odgrywa żadnej wartościowej roli, przemysł rolniczy nie chce przecież tych produktów jeść, chce je sprzedawać.

W procesie produkcyjnym w dalszym ciągu znika coraz bardziej smak kalafiora, selera, kurczaka, pozostaje on gdzieś pomiędzy taśmami maszyn. Przemysł spożywczy dostaje te „wynałazki” już o dość neutralnym smaku w stanie wysuszonym, rozłożonym na czynniki pierwsze, w stanie opracowania wstępnego. Homar jako proszek, kura, którą należy dodać do zupy, jest w formie kuleczek wyglądających podobnie do Nescafé. Surowce muszą spełniać spe-

cialne wymagania: muszą dać się przechować szczególnie długo. Muszą też sprostać najgorszym z możliwych tortur: tortur prowadzonych przez różne maszyny. A co najważniejsze: muszą być przede wszystkim bardzo tanie. Reszta zapachu zatem ułatwia się w trakcie długich tygodni, miesięcy czy lat magazynowania i przechowywania na półkach supermarketu.

Smak jest tu ofiarą procesu, techniki, postępu produkcji przemysłowej. A także dyktatury kosztowej. W nowoczesnym oparciu o podział pracy pracują nie tylko rolnicy, ogrodnicy czy kucharze. Do tego służą też całe bataliony pożeraczy kosztów.

Na dobre, pełne smaku surowce przemysł spożywczy nie ma już pieniędzy: skasowali je już dawno inżynierowie, którzy skonstruowali te zupki i sosy; dalej urzędnicy patentowi, którzy kazali chronić pożywienie w takim stadium konstrukcji; później spedytorzy, którzy surowce rozwieźli po całym świecie. Do tego dołączyły agencje reklamowe, wytwarzając w telewizji iluzję produktu, w której chodzi rzekomo o prawdziwe jedzenie, nieskażoną naturę, na której łonie brodaty pasterz górski w pięknej jak na obrazku czy widokówce okolicy górskiej własnoręcznie wlewa śmietanowe mleko alpejskie do dzbanka, a wszystko po to, aby uzyskać najlepszą czekoladę.

Przecież worek mleka w proszku w fabryce czy śmierzące suszarnie przerabiające rybę zupełnie nie nadają się do reklamy telewizyjnej.

Jednak problem pozostaje: iluzja; chodzi przecież o to, aby produkt o nazwie „Zupa z kury” wywoływał iluzję, na którą czekamy. Żeby był sypki, gdy wysypujemy go z torebki, a po połączeniu z wodą wydawał się dla zmysłów taki, jak oczekujemy.

A to nie takie proste. Na przykład taka zupka z kury z makaronem firmy Knorr zawiera tylko dwa gramy „suchej kury” w postaci kulek. To odpowiada 7 gramom mięsa prawdziwego drobiu (tak zwanej

mokrej kury). Żaden kucharz na świecie z takiej ilości nie stworzy przecież 4 talerzy zupy o smaku kury, cudów nie ma. Ale firma Knorr to taki właśnie cudotwórca – przy pomocy jednego grama aromatu, smaku pochodzenia fabrycznego. Nie spowoduje to wprawdzie pojawienia się prawdziwej zupy z kury, ale to ciągle „porównywalne rozwiązanie”, jak nazywa ten płyn pewien chemik z domu Knorra. Cena handlowa: 79 centów.

Właściwie to pewnego rodzaju arogancja, nazywanie tego produktu na podstawie malutkiego, miligramowego śladu ekstraktu mięsnego już na przykład „Klarownym bulionem wołowym” firmy Maggi. Wynalazek ten należałoby raczej nazwać zgodnie z jego wartością składników jakoś tak: „Bulion wzmacniany smakami soli jodowanej i tłuszczu roślinnych”.

Ale nie brzmi to tak pięknie. Możliwe, że wtedy ci, którzy te zupki jedzą, nie kupiliby takiego produktu. Prawda w równoległym świecie pożywienia przemysłowego byłaby niejako hamulcem apetytu na taki produkt. Zatem nawet na etykiecie czytamy jakieś bzdury i pokrętne informacje kosmetyczne.

Ta zupa po prostu kłamie.

Niestety okazuje się, że także chleb z piekarni nie jest tak zupełnie prawdziwy, i bułka, i nawet ciasto. Wszystkie one kłamią. Nawet bagietki, brioszki i croissanty z francuskiej piekarni często okazują się być dziełem sztuki chemika szukającego odpowiedniego smaku: pewna firma o trochę dziwnej nazwie Phil Xn z francuskiego miasteczka Pont de Veyle w pobliżu Lyonu sprzedaje pod marką Philibert Savours aromaty dla takich piekarni. Tempo wypiekania produktów jest w dzisiejszych czasach tak wysokie, jak mówi szef pewnej prezentacji na targach dodatków spożywczych, że smak podczas tego procesu zupełnie nie mógłby powstać. Szczypta takiego proszku czyni zatem cuda. Ale jak jest produkowana? To już tajemnica.

Dotyczy to już nie tylko Francuzów: produkty takich fałszerzy piekarniczych znajdziemy na całym świecie, praktycznie w całej Europie, w Ameryce Południowej, nawet w Japonii.

Szwedzka firma Aromatic ze swymi oddziałami w Niemczech, Anglii, Polsce, na Węgrzech, w Serbii, Turcji i USA reklamowała się, niemalże konspiracyjnie przemilczając swoje składniki i domieszki, które powodują, że pieczywo jest tańsze, smaczniejsze i dłużej można je przechować: „Proszę opowiedzieć nam o swojej produkcji, a wspólnie ją ulepszymy. Nikt zupełnie nie będzie wiedział, jak to się dzieje, że produkujesz tak dobre pieczywo. Nazwijmy to «Secret Service»”. Oczywiście tajemne służby piekarzy pracują w konspiracji i profesjonalnie; gdy nadgryziemy na spotkaniu coś przy kawie, w ogóle niczego nie zauważymy.

A ten, kto wieczorem chciałby wyciszyć się po całym dniu przy lampce wina, prawdopodobnie też ulegnie iluzji: belgijska firma Stiernon sprzedaje pewien wynalazek o nazwie „Oxylent”, który ma za zadanie dać złudzenie smaku pełnowartościowego, dojrzewającego w beczce wina. Dla fałszerza to bardzo atrakcyjna oferta, mogą bowiem sprzedawać tanie lury za duże pieniądze. Cztery gramy mikstury wystarczą na 100 litrów. Skutek jest widoczny na całym świecie: we Francji, Hiszpanii, Włoszech, Portugalii, Australii, USA, Chile, RPA, Nowej Zelandii, Argentynie. Którzy właściciele winnic są jego klientami, tego już szef nie chce zdradzić, ponieważ „chcieliby oni zapewne zatrzymać tę tajemnicę i wiedzę tylko dla siebie”.

Zawsze jednak jest tak, że taka tajemnica producenta przynajmniej częściowo wydobędzie się na światło dzienne, na przykład przez patent amerykański o numerze US 7 396549 B2, który opisuje przebieg i proces tworzenia tego winnego cuda. W samym centrum znajdziemy „trociny”, które w nowym, tajemniczym jeszcze świecie smaków odgrywają całkiem centralną rolę.

Kłamstwo działa. Prawda oszalamia. Nasz zmysł smaku został oczarowany i... oślepiiony. A to wszystko z powodu ultrasuper działającego środka, który jest dodawany w minimalnych ilościach. Dyskretni pomocnicy przemysłu spożywczego działają w obszarze, który bardzo ułatwia prowadzenie wywiadu, ponieważ manipulacje smakowe są tak samo jak on niewidoczne, nie do ogarnięcia przez ludzkie zmysły. Dla zmiany smaku wystarczą niejednokrotnie już niewyobrażalnie małe ilości substancji chemicznych. Taka na przykład 2-acetylo-1-pyrrolina, która odpowiada za smak skórki białego chleba, działa już w ilości 0,0000007 grama na kilogram. Produkt o nazwie Menthenthiole rozpuszczony tylko w ilości 0,000000002 grama na litr daje wrażenie smaku świeżego soku grejpfrutowego. A Filbetron, substancja, po której dodaniu jogurt smakuje orzechowo, jej wystarczy dodać drobne 5 miligramów, aby spowodować aromatyzowanie miliona litrów wody.

Tych tak bardzo silnie działających substancji sprzedawane są niesamowicie wielkie ilości: w Unii Europejskiej, według badań przeprowadzonych przez rząd Austrii, substancje smakowe znajdują się na 1. miejscu wszelkich dodatków spożywczych, ich ilość szacuje się na 2,6 miliona ton (2013). Ta tendencja wzrasta o 4 procenty rocznie.

Ponad połowa tego, co ludzie konsumują, jest aromatyzowana sztucznie. Jeśli zatem ktoś spożywa kilogram jedzenia dziennie, funt tego jedzenia posiada smak pochodzący prosto z laboratorium. Najwyraźniej ludzie lubią smaki pochodzące z taśmy produkcyjnej, nawet coraz bardziej. Sami coraz rzadziej chcą stać przy kuchence i pichcić. Do tego przecież jeszcze nigdy wcześniej nie mieli tyle wolnego czasu jak obecnie, niektórzy pracują tylko 35 godzin tygodniowo, niektórzy nawet mniej lub nie pracują wcale, zmusza się ich do tego. Ale te wszystkie godziny chętniej spędzają na grach komputerowych czy w kinie, przed telewizorem czy na stadionie. To, co

najważniejsze, niezbędne do przeżycia, codziennie nieuniknione, czyli przygotowywanie jedzenia, pozostawili inżynierom, technikom i chemikom.

„W codziennie coraz bardziej panującej nizinie związanej ze sztuką codziennego gotowania stale i coraz bardziej rozszerza się upadek i rozpusta”, skarży się *Sueddeutsche Zeitung*. „Cały naród dopada niebezpieczeństwo utraty całkowitej wiedzy w zakresie przygotowywania posiłków, tracimy to, czego uczyli nas ojcowie i matki od niepamiętnych czasów”. Okazją do takiej pesymistycznej skargi kulturowej były ankiety, w których okazało się, że ludzkie kompetencje reprezentowane przy tajemniczej już właściwie kuchence bardzo spadły: prawie 40 procent wszystkich Niemców, jak zgłosiła to DPA (Niemiecka Agencja Prasowa) nie potrafi już właściwie zupełnie gotować. Przeprowadzono też kolejną ankietę, która podała zastraszający wynik, a mianowicie, że z Niemców w wieku pomiędzy 20. a 30. rokiem życia tylko co czwarta osoba jest w stanie przygotować budyń czekoladowy bez korzystania z przepisu znajdującego się na opakowaniu.

W Austrii, jak wykazały badania w 2013 roku, już 30 procent rodziców nigdy nie gotuje wraz z dziećmi. „Te dzieci nie mają zupełnie możliwości otrzymania zdrowego pożywienia”, twierdzi Sophie Karmasin, analityk badań opinii publicznej. Kilka razy w tygodniu, wraz z dziećmi gotuje tylko 24 procent rodziców, tak wykazały badania firmy Karmasin Motivforschung przeprowadzone na zlecenie koncernu REWE.

W Wielkiej Brytanii stół w jadalni zdaje się być zagrożony już właściwie wyginieciem: furorę zrobiła tam ankietka przeprowadzona online, według wyników której większość ankietowanych zawsze je tylko w biegu, idąc gdzieś, albo przed telewizorem. Prawie 30 procent ankietowanych odpowiedziało, że okazjonalnie używają stołu w jadani „kilka razy w roku”. Cztery procent ankietowanych odpowiedziało, że nie używa go nigdy. A dla 3 procent takie pytanie nie miało zupełnie znaczenia, ponieważ oni z kolei w ogóle takowego

stołu w jadalni nie posiadali. „Czy jedzenie przy stole w jadalni jest aż tak przestarzałą sprawą?”, pytał pesymistycznie dziennik masowego przekazu *The Telegraph*.

W Niemczech 75 procent wszystkiego, co spożywamy, pochodzi z produkcji przemysłowej, w USA, kraju pionierskim jeśli chodzi o nowoczesny styl życia, jest to nawet 95 procent. W większości amerykańskich gospodarstw domowych zupełnie się już nie gotuje. Potrawy, które były gotowane na domowych kuchenkach, znajdują się już w Stanach na „liście dzieł zagrożonych wyginięciem”, świętował dziennik specjalistyczny *Food Technology*, centralny organ inżynierii spożywczej USA. Najczęściej spożywaną potrawą w Stanach jest pizza, to ją uwielbiają Amerykanie, jak donosi *Food Technology*, lubią ją dwukrotnie bardziej niż seks.

A w pizzy oczywiście często jest smak pochodzący z laboratorium.

To w smaku zawarta jest dusza potraw. Ten, kto smakiem manipuluje, nie zmienia potrawy tylko zewnętrznie, zmienia on istotę produktu spożywczego; nie tylko zmienia istniejących i dostępnych jakości, ale wyprowadza w pole tych, którzy to zjadają. Kto fałszuje lub czymś w jedzeniu manipuluje, kto zmienia pożywienie sposobami technologicznymi, nie tylko wchodzi z butami w życie ludzkie, ale nawet wpływa na budowę ciała człowieka, zaburza prawidłowe funkcjonowanie mózgu, zmienia nawet myśli i uczucia. Alkohol czy narkotyki, które wpływają na nastrój – wiemy jak to działa. Tak samo działają na nasz mózg zarówno normalne jak i sztuczne składniki spożywanego przez nas pożywienia. Mogą tym samym wyrządzać nam szkody. Na przykład glutaminian, wzmacniacz smaku. Albo aspartam, słodzik stosowany w coli light.

Ludzie tego wszystkiego nie wiedzą. Ufają oni bowiem zapewnieniom producenta, że wszystko jest w jak najlepszym porządku. Wierzą także i w to, że państwo nas chroni. Co za niesprawiedliwość: państwo już dawno skapitulowało, poddało się, nie może się

już troszczyć i dbać o nas w tym pięknym, nowym świecie przemysłowego jedzenia, nie istnieje już w nim coś takiego jak nieszkodliwość. Ludzi pozostawiono samym sobie, sami odpowiadają za to, co spożywają, niezależnie od tego, czy im to szkodzi, czy robi dobrze. Przy tym zupełnie nie odczuwają tego, co z ich organizmem wyczynia zmanipulowany smak. Tak dzieje się, gdy jemy coś, na co mamy ochotę, a ta ochota wpycha nas w objęcia bezwartościowe lub szkodliwe.

Na przykład truskawki. Truskawki są przecież zdrowe, zawierają witaminę C, minerały, te sprawy. Dlatego też wszyscy truskawki lubimy. Jednak panująca na całym świecie chęć jedzenia truskawek, jogurtu truskawkowego, deserów truskawkowych, i tak dalej nie może być zaspokojona prawdziwymi truskawkami, nie da się tego zrobić. Całe zbiory truskawek, które można byłoby zebrać – to klasyczny przykład – wystarczą dokładnie na to, aby zaspokoić 5 procent amerykańskiego zapotrzebowania na produkty z truskawkami.

Gdyby istniały tylko prawdziwe owoce, jedynie co dwudziesty amerykański fan truskawek byłby zaspokojony. Dla „truskawkowiczów” z Włoch czy Francji nic by już nie zostało. A w Niemczech można byłoby, jak powiedział pewien kontroler jakości z wielkiej bawarskiej mleczarni Müller, bez dodatku zastępczego aromatu, „o jogurcie truskawkowym po prostu zapomnieć”.

Jest więc to coś więcej niż tylko kwestia smaku. Truskawki są zdrowe, jednak aromat pozyskiwany w laboratorium taki nie jest. Aromat nie ma żadnego zastosowania, jego wartość odżywcza równa się zero. A człowiek żyje, ponieważ pożywienie go odżywia, karmi, daje mu wartościowe składniki. Produkty spożywcze są dla ludzi czymś na wzór benzyny dla samochodu.

Nikt jednak nie odważyłby się na prowadzenie eksperymentów ze swoim samochodem, na przykład polegających na tym, aby do baku wlać coś, co tylko jak benzyna pachnie, ale w rzeczywistości

jest, powiedzmy sobie, wodą o aromacie benzyny. Nawet, jeśli jest to „naturalny” aromat benzyny: auto jedzie, powiedzielibyśmy oburzeni, przecież dzięki energii pochodzącej z benzyny. Z całą pewnością samochód zepsułby się, gdybyśmy wiali do niego wodę, nawet jeśli by pachniała benzyną.

Smak i zapach przekazują nam informacje o tym, w jakim coś jest stanie. Smak pochodzi zazwyczaj z pojedynczych substancji, w takim na przykład bulionie, nazywanym inaczej „dodającym siły rosołem” pochodzi on z mięsa, selera, marchwi, cebuli, pora. Gdy człowiek, dzięki pomocy chemii, dostaje tylko składniki, które coś udają, nie zje on bulionu, w rzeczywistości jest to tylko woda z iluzjami smakowymi wyprodukowanymi chemicznie, w bulionie czegoś bardzo ważnego brakuje, tego mianowicie, co dodaje siły. A na dłuższą metę organizm człowieka po prostu doznaje szkody.

Jogurt truskawkowy, w którym truskawki zastąpiono aromatem. Frucht-Zwerg, w których owoce zawarte są tylko w bardzo małych dawkach: wszystko to tak naprawdę zwykły kant, oszustwo. Dlatego, że organizm nie dostaje niczego, co się mu tym produktem obiecuje. Tak jak lody waniliowe bez dodatku wanilii.

Albo sama wanilia. Wanilia to najważniejszy smak. Na całym świecie. W lodach. W jedzeniu dla dzieci i niemowląt. Jednak najczęściej jej tam naprawdę nie ma. Jest za to coś innego: aromat. Wynaleziono go w Niemczech. Oczywiście tu nie rosną żadne krzaki z laskami wanilii. Ale rosną drzewa. I wtedy potrzebny jest już tylko sprytny chemik, a smak się pojawił, smak, który osiągnął sukces na całym świecie. Nazywa się po prostu Vanillin. Brzmi jak wanilia, smakuje jak wanilia, ale jest tylko pewnego rodzaju „oszukańczą molekułą”, jak nazwał to pewien kontroler żywienia.

11. Zupa kłamie:

oszustwo na organizmie i jego skutki

O przesłaniu pieczeni wysyłanym do mózgu i brzucha / Jedzenie działające jak fetysz / Błędny alarm w układzie trawiennym: właściwie dlaczego smak ma takie ważne zadanie do wykonania / Dlaczego przemysłowe aromaty są utajnionymi wyzwalaczami tego, że jesteśmy grubi / Wybrakowane jedzenie, a mimo to nadwaga: jak to możliwe?

Dziecko krzyczy. To wrzask rozrywający serce. Mama przystawia je do piersi. Dziecko ssie szczęśliwe – i odwraca się z obrzydzeniem: mama piła alkohol, który zmienił smak i zapach mleka. Dziecko to zauważa i od razu odmawia przyjęcia takiego pokarmu, aby nie doznać uszczerbku na zdrowiu.

Smak zadziałał jako stoper z powodu zawartych promili: niemowlę instynktownie odwróciło się od pożywienia, gdy tylko jego organizm zauważył, że mogłoby ono mu zaszkodzić. Dla fizjologii jest to dowód, że smak absolutnie nie jest sprawą subiektywnych preferencji: smak nie jest sprawą przekazania informacji o smaku, on przekazuje pewne przesłanie. Smak posiada własne znaczenie, sygnalizuje ciału, że w żołądku należy spodziewać się takich czy innych dóbr do obrobienia. „Główne zadanie smaku polega na kontroli pożywienia”, mówi fizjolog smaku, Jürgen Boeckh z Uniwersytetu Regensburg.

Dzięki ćwiczeniom trwającym już tysiące lat, dotyczącym obchodzenia się z artykułami spożywczymi z otaczającej nas przyrody, nasz organizm rozwinął pewnego rodzaju system sterowania, który reguluje jego własne reakcje na dostarczanie mu pokarmu. Sterowanie odbywa się całkowicie nieświadomie, ma miejsce w „systemie lim-

bicznym”, tej części mózgu, która odpowiedzialna jest za uczucia. Organizm rozwija w sobie ochotę, apetyt na to, czego mu w substancjach odżywczych brakuje. Odkryli to między innymi naukowcy z Monell Chemical Senses Center w stanie amerykańskim stanie Pennsylvania: „Wybór artykułów spożywczych, który tak silnie wpływa na stan naszego odżywiania, jest w dużej mierze sterowany przez smak”.

Wraz z nowymi wynalazkami pochodzącymi z fabryk spożywczych wszystko nie przebiega już tak regularnie i w stanie pełnego zaufania, dochodzi do podrażnienia, mechanizmy regulacyjne mogą popełniać błędy.

Długo utrzymującym się błędem, w który wierzyliśmy, było to, że rzekomo smak jest czymś w rodzaju prywatnej i subiektywnej sprawy danego człowieka. W rzeczywistości smak jest istotnym pierwiastkiem decydującym o naszym wyborze podejmowanym w zakresie jedzenia.

Zachowujemy się jednak tak, jakby rządziła nami zasada ochoty na to czy tamto. Chęć spożycia jakiegoś konkretnego artykułu spożywczego, mamy ochotę na stek, na pizzę z tuńczykiem, spaghetti bolognese czy sałatkę: wygląda na to, że chodzi tylko o konsumpcję danego przysmaku. Ale to tylko taki trik, za pomocą którego organizm stara się powiedzieć, czego potrzebuje. Konsumpcja danego przysmaku to tylko środek do osiągnięcia pewnego celu. Przedsmak radości z powodu spożycia określonej potrawy, dobre samopoczucie, które się pojawia, gdy zaczynamy ją konsumować. Wszystko to ma swój głęboko ukryty sens, aby tak sterować wyborem pożywienia, żeby organizm dostał to, czego wymaga. Smak nie jest elementem składającym się na konsumpcję, jest natomiast środkiem do zachowania gatunku i ocalenia samego siebie. Za pomocą ochoty i apetytu organizm wysyła sygnały na temat aktualnego stanu zapotrzebowania na wartości odżywcze, a smak jest pośrednikiem. Smak na truskawki sygnalizuje na przykład to, że oczekiwane są składniki – wartości

odżywcze zawarte w truskawkach – dokładnie te substancje, których organizm potrzebuje, gdy wysyła sygnał ochoty na truskawki.

Tym bardziej jest to krytyczne, gdy pożywienie wysyła z siebie z kolei fałszywe sygnały. Smak w pożywieniu produkowanym na skalę przemysłową często wprowadza w błąd – wraz z dodanymi do takiego pożywienia aromatami, które smakują jak truskawki, wanilia, kura – chociaż z tych wymienionych rzeczy zupełnie nic, ani najmniejszy nawet kawałek, nie jest w tym pożywieniu zawarty. Nawet najmniejszy ślad. Obecnie produkowane aromaty przemysłowe, a także słodziki, wzmacniacze smaku, wszystkie środki służące manipulacji smakiem w równoległym świecie pożywienia przemysłowego to gęsta sieć utkana z kłamstwa na temat występowania pokarmu i składników odżywczych. To na szeroką skalę zakrojona kampania dezinformacyjna dla ludzkiego organizmu – z daleko idącymi skutkami.

Smak, najważniejsza kategoria w przypadku jedzenia, utracił w artykułach spożywczych pochodzących z supermarketu swoją podtrzymującą życie funkcję przewodnią – i stał się istotnym wyzwalaczem powodującym nieprawidłowe odżywianie, fałszywe sterowanie i nieodpowiednie przetwarzanie pożywienia. Powoduje skutek najważniejszy: nadwagę.

Na świecie żadna żyjąca w naturze istota nie jest gruba, żaden orzeł, koliberek, lew czy niedźwiedź. Tylko człowiek. (I jego pies czy kot, dla których pożywienie jest już w takim samym stopniu smakowo manipulowane). W przyrodzie zupełnie nie istnieje tego typu problem. Wszystkie żywe istoty potrafią zatroszczyć się o niezbędne pożywienie, dokładnie takie, którego potrzebują. Nigdy też nie spożywają go w nadmiarze, przyjmują potrzebne im substancje odżywcze w odpowiednich ilościach. Najważniejszym środkiem do tego są właśnie sygnały smakowe naturalnego pochodzenia. I spostrzeżenie, że jest się sytym. Z uwagi na to, że tego typu sygnały mają najwyższą

wartość: warunkują przetrwanie, człowiek przychodzi na ten świat z takimi umiejętnościami, aby postrzegać to, co ważne: posiada zmysły zapachu i smaku, to one właśnie należą do najwcześniejszych naszych umiejętności. Rozwijają się przypuszczalnie już przed naszym narodzeniem w takim stopniu, że niemowlę może się zorientować przy użyciu swego noska na tyle, aby określić, że kobieta obok to jego mama – i jednocześnie odrzucić propozycję pokarmu, gdy zawartość jej piersi jest zbyt alkoholowa. Niemowlę przyjmuje wraz z mlekiem matki także inne przeżycia smakowe: w zależności od tego, co mama jadła, mleko ma smak mleka o nucie mięty, wanilii czy sera.

Od samego początku, od pierwszej chwili dzieci potrafią rozróżnić istotne przesłania smakowe: przychodzą na świat z receptorami smaku dla słodkości, gorzkości i kwasowości. Słodkość sygnalizuje: tu oto znajduje się błyskawiczne do oceny, wartościowe źródło energii i jest całkowicie do mojej dyspozycji. Gorzkość oznacza: uwaga, może chodzić o coś niebezpiecznego czy trującego. O głębokim znaczeniu kwasowości naukowcy nie są jeszcze sami zbyt mocno przekonani. Możliwe, że dzięki temu daje się rozpoznać po prostu coś zdrowego: witamina C na przykład – wiadomo wszystkim, że jest kwaśna. A smak słony, który powstaje w ciągu kilku pierwszych miesięcy życia, zwraca uwagę na zawartość minerałów, które są niezbędne do przeżycia.

Człowiek posiada 10 000 tego typu kubków smakowych, każdy z nich składa się według wiedzy specjalistów z maksymalnie 150 komórek receptorów smaku. Dla kontroli jakości istnieje 1000 różnych receptorów zapachowych, które z kolei „zakodowane” są przez 1000 genów. Są one w najrozmaitszy sposób powiązane z mózgiem – i otrzymują ważne dla naszego życia sygnały.

Mózg steruje przyjmowaniem pożywienia – i to w zależności od typu, sytuacji życiowej, płci, aktualnego zapotrzebowania na wartości odżywcze. „Odpowiednie zapotrzebowanie na wartości odżywcze dba o pojawienie się apetytu na określone substancje”, pisze

grupa autorów skupiona wokół amerykańskiej psychobiolog, Stacy Markison. To zapotrzebowanie zmienia się oczywiście w zależności od aktywności organizmu. Im więcej człowiek uprawia sportu, tym więcej wymaga zaopatrzenia w produkty słone, a mniej w słodkie.

I to jest właśnie sens pragnienia i pożądania: dostarczanie organizmowi posiłków w znaczeniu zaopatrzenia. To, czego mu brakuje, dokładnie to organizm chce dostać i na to właśnie rozwija w sobie apetyt. I w tym momencie jest całkowicie obojętny na wszelkie inne go wabiki i kuszenie go innymi produktami. Gdy organizm nastawił się na zjedzenie w najbliższej przyszłości czegoś słonego i pikantnego, pizzy, sałatki z kielbasą, stek, wszelkie inne, piękne zapachy, na przykład ciasta czy popcornu pozostają mu obojętne. Odkryli to naukowcy holenderscy z Uniwersytetu w Wageningen w roku 2013 i opublikowali badania na ten temat.

To fascynujący mechanizm: gdy organizm potrzebuje mniej czegoś słodkiego, obniża po prostu próg postrzegania i zauważania takich rzeczy. Słodyczne są wtedy postrzegane intensywniej, czyli wystarczy ich mniej, aby być nimi nasyconym. A jeśli człowiek potrzebuje potraw słonych, próg zwiększa się. Zatem człowiek potrzebuje tych produktów więcej, aby zaspokoić pragnienie. I nawet jeśli zupa jest mocno przesolona, spożywanie jej będzie dla niego przyjemnie postrzegane.

Nasze upodobania do tego czy innego produktu są różne w zależności od płci. Kobiety od zawsze wiedziały: coś w tym musi być, że coś ciągnie je do słodkości, do czekolady, pralinek, tortu śmietanowego. Rozum to wyznacza, jakaś siła wyższa trzyma paleczkę. Ta siła wyższa ma nawet swoją nazwę: to estrogen. Hormon kobiecości. Druga połowa ludzkości kierowana testosteronem z kolei potrzebuje steków, a dzisiaj nawet i wegańskiej pizzy bez salami.

Im bardziej organizm zalewany jest żeńskim hormonem, tym więcej wymaga pochłaniania słodczy. Odkryła to profesor medy-

cyny, Kathleen S. Curtis, ze swoją grupą badawczą z Uniwersytetu na Florydzie. Im bardziej kobieco, tym bardziej słodko. Tak przynajmniej zachowywały się samice szczurów, na których prowadzono badania w Talahassee. Czy dokładnie tak samo będzie u ludzi, tego do końca nie wiadomo. Ale obserwacje prowadzone na szczurach wyjaśniałyby wreszcie pojawiające się także u ludzi „kobiece skłonności do jedzenia słodkich produktów spożywczych”. Profesor Curtis, tym razem na Uniwersytecie w Oklahomie, odkryła również, że kobiety, czy raczej samice szczurów, generalnie wyróżniały się podwyższonym poziomem skłonności do odrzucania potraw słonych, i to już w najmniejszym stężeniu słonych, w porównaniu do osobników męskich.

Zmysł smaku chroni także przed przedawkowaniem: gdy organizm obciążony zostaje zbyt dużą ilością soli, włącza się w nim system alarmowy. Aktywowane zostają nie tylko właściwe komórki smakowe odpowiedzialne za słony smak, ale także dwa inne typy, które odpowiedzialne są za smaki gorzki i kwaśny. Te połączone siły kierują wszystkie sygnały do mózgu, wywołując naszą awersję. W organizmie zapala się lampka alarmowa: zbyt dużo smaku! Wykazały to badania prowadzone przez badacza o ciekawym nazwisku, Charlesa Zuckera⁸ z Uniwersytetu New Yorker Columbia, które zostały opublikowane w najważniejszym czasopiśmie naukowym świata: *Nature*.

Po to, aby nasze postrzeganie smaku było stale świeże, komórki smakowe ciągle się regenerują: co 10 dni organizm samodzielnie zastępuje co najmniej połowę ważnych sensorów, nawet w późnym wieku konsumenta. Jednak komórkom jest trudno pozostać świeżymi – są tak często w dzisiejszych czasach oszukiwane. Cały smak potraw jest dzisiaj po prostu kłamstwem. Producenci wynajdują iluzje truskawek tam, gdzie ich zupełnie nie ma. Tworzą fikcję wołowi-

⁸ Z niem. „zucker” – cukier (przyp. tłum.).

ny, gdzie jej brakuje. Zamiast tego dodają po prostu aromaty czy na przykład rybonukleotydy, wzmacniacze smakowe japońskiej firmy Takeda, które stały się „wiodącymi na rynku przemysłu spożywczego” (jak mówi reklama własna). Rybonukleotydy umożliwiają, jak wspomina prospekt firmy je produkującej, ugotowanie „zupy o mocniejszym smaku”, w której „cała ilość ekstraktu mięsnego zostaje zastąpiona przez rybonukleotydy”. „Chodzi oczywiście o oszczędności w kosztach produkcji” mówi prospekt. I tu ma całkowitą rację. Ale co powie na to nasz organizm?

Ten z kolei oczekuje wołowiny, jest głodny i ma apetyt na mięso, widzi parującą zupę i jest pełen radosnego oczekiwania. To sytuacja gorącej i skupionej uwagi, jak opisał to pradziad już właściwie wszystkich smakoszy, Jean Anthèlme Brillat-Savarin: w „pamięci pojawiają się ponowne rzeczy, które kiedyś język znał – wyobraźni wydaje się, że oto znowu znajdują się tuż przed nią: to wspaniały stan rozmarzenia. Nie pozostaje on pozbawiony bodźców, słyszymy już wołanie tysięcy wtajemniczonych w radości serca: «Jakież mam apetyt na coś dobrego – notabene, gdy w niedługim czasie z pewnością pojawi się wspaniały posiłek!»”. Tymczasem w całej maszynie odżywiania wrze: żołądek staje się wrażliwy, soki trawienne wydzielają się coraz bardziej intensywnie, gazy wewnętrzne słyszalnie przemieszczają się, ślinka cieknie, a jednostki odpowiedzialne za trawienie niczym żołnierze stoją w gotowości, by na najmniejszy znak przeprowadzić szturm.

A tu pojawiają się rybonukleotydy.

Ale jak pracuje żołądek smakosza z rybonukleotydami? Co ma z nimi począć? Albo z wazgetariańskim aromatem wołowiny firmy Bell Flavors & Fragrances? Fizjolog zmysłów z Regensburga, profesor Jürgen Boeckh, uważa, że w żaden sposób nie da się nic z nimi zrobić: „Maszyna pracuje na pusto”. Ponieważ, jak twierdzi Boeckh: „Aromaty nadają się do tego, aby organizm wystrychnąć na dudka.

Gdy takie substancje sygnalizują wołowinę, mózg jest alarmowany, aktywowane są gruczoły trawienne, które nastawiają cały system na pracę nad przetworzeniem wołowiny. A teraz pracuje to wszystko na pusto. Organizm jest oszukiwany. To stan fizjologicznego niedoboru”. A skutkiem tego jest: „okropnie wielki apetyt”. Reakcja odruchowa, która następuje, to: dalej jeść.

Smak, jeśli jest fałszywy, sztuczny, podrażnia organizm, wprowadza komplikacje do układu trawienego, ponieważ przesyła on kłamliwe informacje. Organizm jest najwyraźniej bardziej skomplikowany, delikatniejszy niż nam się wydaje i nie daje się wywieźć w pole pseudopożywieniem.

Jest to całkowicie rozsądne. Organizm, według szacunków naukowców, składa się z 2 milionów różnych substancji, które co 7-8 lat muszą zostać całkowicie wymienione – z wyjątkiem komórek mózgowych, w przeciwnym razie człowiek musiałby co 7 lat od nowa uczyć się alfabetu. Składniki na te przemiany nasz organizm pobiera oczywiście z jedzenia, które mu dostarczamy. Jeśli jednak smak pochodzi z aromatów, to substancji brakuje. Tak się dzieje w przypadku truskawek. Kto je zwykle truskawki, dostaje oczywiście czyste substancje w nich zawarte. Kto raczy się jogurtem truskawkowym z 60 gramami truskawek i 100 gramami jogurtu, jeszcze cokolwiek organizmowi dostarcza. Kto jednak zjada jogurt Fruchtzwerge czy jogurt truskawkowy firmy Landliebe, dostaje z truskawek właściwie tylko uczucie i smak, ale żadnych przy tym substancji odżywczych. Samodzielnie przygotowany jogurt truskawkowy z 0,12 miligrama na 100 gramów to 6 razy więcej superminerału manganu niż ma szklanka jogurtu Landliebe (0,02 miligrama). A witaminy C cała butelka 500-gramowego Landliebe zawiera tylko 0,5 miligrama, taka sama ilość jogurtu truskawkowego, który przygotowujemy sobie sami, zawiera jej 4 miligramy. Czyli, żeby dostarczyć organizmowi taką samą ilość witaminy C z jogurtu Landliebe jak z 500-gramowego jogurtu wła-

snego, musielibyśmy tego ze sklepu wypić 8 szklanek. Tak wykazały pomiary przeprowadzone w jednym z laboratoriów spożywczych w Hamburgu (patrz: Hans-Ulrich Grimm, *Tödliche Hamburger*).

W tych badaniach witamina C jest witaminą wiodącą: jeśli jej brakuje, dla ekspertów jest to wskazówka, że brakuje również innych witamin i składników odżywczych. A produkcja fabryczna, przemysłowa, rzeczywiście pozbawia produkt wszelkich witamin i składników odżywczych. Smak jest zastępowany chemią.

Skutek tego jest następujący: ten, kto zjada coś takiego, nie dostaje tego, czego potrzebuje. A już na pewno nie w odpowiednich ilościach. Nie otrzymuje wystarczającej ilości witamin, manganu i innych składników. Smak obiecuje coś, czego nie dostarcza. A, aby pokryć zapotrzebowanie na te niezbędne składniki, człowiek musi więcej zjadać: w przypadku jogurtu firmy Landliebe jest to 6 razy więcej, aby otrzymać tę samą ilość manganu co przy jogurcie przygotowanym samodzielnie, a jeśli chodzi o witaminę C, musi to być 8 razy więcej. Osiem szklanek Landliebe zamiast jednej jogurtu truskawkowego, który wykonaliśmy samodzielnie. Byłoby to, niestety dodatkowe 3,5 kilograma wagi więcej. A co z nami będzie, gdy popatrzymy na tę sytuację w perspektywie dłuższego czasu, gdy będziemy tak spożywać przemysłowy aromat, który nas oszukuje, w którym nie ma wartości odżywczych i wartościowych substancji.

Dlatego nie jest niczym dziwnym, że oszukiwany organizm wypada z formy, gdy musi zjadać więcej, żeby dostarczyć sobie niezbędne składniki odżywcze. Nawet przemysł produkujący aromaty to przyznaje. „Czy aromaty są szkodliwe dla zdrowia?“, zapytuje Związek Lobby w ulotce informacyjnej dla konsumenta i od razu udziela sam odpowiedzi: „Aromaty nie są szkodliwe dla zdrowia”. Jednak z pewnymi wyjątkami: „Szkody na zdrowiu, które powodowane są konsumpcją aromatyzowanych artykułów spożywczych”, są „jak do tej pory nieznanne”, stwierdza Związek Lobby - „abstrahując od nadwagi”.

Takie przyznanie się do winy spowodowało wydanie kolejnej broszury dla konsumenta pod tytułem: „Aromaty. Pytania i odpowiedzi”. Opublikował je Niemiecki Związek Przemysłu Spożywczego. Lobby przemysłu aromatów. Później jednak związek zdystansował się od własnych informacji: „Niedawno znowu pojawiło się przypuszczenie Hansa-Ulricha Grimma o tym, że aromaty mogą prowadzić do nadwagi. Takie wypowiedzi nie są w tej formie rozprze-strzeniane przez Niemiecki Związek Przemysłu i z tego powodu są to informacje wprowadzające w błąd”.

Może już o tym po prostu zapomnieli. Albo nie chcą robić z tego wielkiego szumu. Teraz, gdy nadwaga stała się problemem globalnym, i tak często związana jest z problemami zdrowotnymi. A najczęściej nawet wprost z wybrakowanym odżywianiem.

Tam, gdzie wartościowe substancje i składniki odżywcze zastępowane są przez jakieś iluzje, przez chemikalia produkowane na drodze przemysłowej, nie dziwi, że występują objawy braków czy niedoborów. Truskawki zawierają w sobie substancje odżywcze, sztuczne aromaty już nie. Logicznie zatem niedobór wartości i odpowiednich substancji może być skutkiem, który pojawia się, gdy to, co spożywamy, pochodzi z jogurtów Fruchtzwerges czy Landliebe. Skoro człowiek musiałby zjeść cały regał z supermarketu, żeby dostarczyć sobie trochę witamin i minerałów.

I takie właśnie niedobory szerzą się obecnie, nawet w regionach dobrobytu. „Coraz częściej” w przypadku nadwagi (otyłość) stwierdza się u człowieka także niedobory składników odżywczych, jak określiło to DGEM – Niemiecka Organizacja ds. Medycyny Odżywiania: „Odżywianie się pożywieniem o wybrakowanym składzie odżywczym nie jest automatycznie kojarzone z niedowagą, lecz może też warunkować wybrakowaną jakość składników w organizmie. W specyficzny sposób wyraża się ona deficytami witamin, minerałów i elementów śladowych”. Nie tylko w Afryce, ale także w Eu-

ropie, nawet w bogatej Szwajcarii: „Wybrakowane pożywienie? Tak, to ważny temat również w Szwajcarii!”, konstatują w roku 2011 różne szwajcarskie organizacje do spraw odżywiania we wspólnie zajęтым stanowisku na temat „sytuacji alarmowej”.

Fundusz Narodów Zjednoczonych na Rzecz Dzieci UNICEF informował już w roku 1998 o „wybrakowanym pożywieniu w krajach przemysłowych”. Dzieci w mieście Basel na przykład cierpiały, jak wykazały badania przeprowadzone na 5000 uczniów, na różnorodne skutki związane ze spożywaniem jedzenia o niskim poziomie wartości odżywczych: jedna trzecia wszystkich dzieci i całej młodzieży miała za niski poziom witamin w organizmie oraz za mało minerałów. W brytyjskich miastach, w samych ich centrach pojawiają się „pustynie spożywcze” (food deserts), w których zaopatrzenie organizmu w bogate w witaminy produkty świeże nie jest już sprawą gwarantowaną (patrz: Hans-Ulrich Grimm, *Tödliche Hamburger*).

Również niemieckie dzieci cierpią z powodu różnych niedoborów, jak wykazują naukowcy zajmujący się konsumpcją, porównując wyniki swoich badań do tabel i książek obowiązujących jako wzorzec w odżywianiu się: chłopak, Piotr, 10 lat, zgodnie z przeprowadzonym wywiadem w dniu testu na śniadanie nie zjadł niczego stałego, na obiad zjadł zupę makaronową, czekoladę i wypił fantę, po południu było znowu „nic” i na kolację kolejne „nic”. Następnego dnia wieczorem pojawiła się zupa pomidorowa, kalafior i fanta. Dziewczynka o imieniu Anita, 9 lat, odżywiła się, jak podaje wywiad, przede wszystkim nutellą, deserami Milchreis, chrupkim pieczywem, kakao Kaba i gumami do żucia. „Przy odżywianiu się tego typu dajemy podwaliny naszym dzieciom i przyzwalamy niejako na to, że pojawiają się u nich choroby i wszelkie ułomności”, informuje biolog, Annelies Furtmayr-Schuh.

Już obecnie wiele dzieci cierpi z powodu osłabienia kości, to tak zwana osteoporoza, wcześniej klasyczna choroba naszych babć. Po-

wód jest jasny: dzieci i młodzież przyjmują tylko trzy czwarte ilości wapnia, który z kolei niezbędny jest do budowania ich kości, dziewczyny przyjmują go nawet mniej niż dwie trzecie. Niedobór można rozwiązać wypijaniem pół litra mleka – zamiast tego jednak piją one raczej „wypłukiwacza wapnia” czyli colę. „Już nawet chłop małorolny w epoce średniowiecza”, mówi biolog Furtmayr-Schuh, był „lepiej zaopatrzony w odpowiednie składniki niż większość dzisiejszych dzieci i młodzieży z rodzin o dobrym statusie materialnym”.

Dotyczy to nie tylko dzieci. Dlatego, że coraz więcej ludzi ogólnie konsumuje gotowe, przemysłowe produkty, coraz częściej u zwykłych ludzi również pojawiają się wszelkiego typu niedobory: „W pierwszej kolejności chodzi dzisiaj o nowe produkty, które tylko co zostały wymyślone, przynoszą one ogromne obroty. Jakość pożywienia znajduje się całkowicie na dalszym planie”, twierdzi koneser i naukowiec badający odżywianie, Claus Leitzmann. W szerokich kręgach społecznych zapotrzebowanie na życiowo ważne witaminy i minerały zupełnie „nie jest w pożywieniu pokrywane”.

Do 40 procent pacjentów przyjmowanych do szpitali odżywia się już nieprawidłowo, „a ich stan podczas pobytu w szpitalu jeszcze się pogarsza”, jak podaje BAG (Szwajcarski Związek Krajowy). Coraz bardziej niedożywione są dzisiaj osoby w starszym wieku. Często wyglądają one tak, że są po prostu „chude jak patyk”, skarżyła się już w 2003 roku naukowiec do spraw odżywiania, Daniela Rösler z Niemieckiego Związku ds. Medycyny Odżywiania i Dietetyki. Przede wszystkim są to seniorzy przebywający w domach pogodnej starości, gdzie są oni odżywiani w sposób powodujący braki i niedobory w składnikach odżywczych, co wykazały także liczne badania. Powodem tego są, jak znowu pokazują badania, „zbyt małe ilości przyjmowanych składników odżywczych”. Seniorzy, którzy przyjmowali nie tylko zbyt małe ilości witamin i minerałów, ale do tego również ogólnie za mało jedli, mieli niedowagę. Badania kliniki w Starnberg

wykazały, że starsi ludzie przeciętnie zjadali tylko 49,53 procenta podawanego im jedzenia.

Można rozumieć starszych ludzi, którzy według sprawozdania dotyczącego odżywiania sporządzonego przez rząd niemiecki, mieli złe doświadczenia i dlatego unikali normalnej konsumpcji artykułów spożywczych, a były to: „nudności, złe samopoczucie, uczucie napełnienia, wymioty”. Posiłki w szpitalach i domach opieki pochodzą coraz częściej z oferty produktów głęboko mrożonych, jak to bywa w przypadku „posiłków dowożonych”. Te produkty wcześniej wstępnie ugotowano, nafaszerowano zwykłymi, przemysłowymi składnikami, wzmacniaczami smaku, aromatami, emulgatorami. To pożywienie o zerowym indeksie zawartości jakichkolwiek składników odżywczych.

Wielkie kuchnie ze swoimi wytworami spożywczymi już dawno obwieściły: „Przygotowanie sznycla to żadna sztuka. Ale systematyczne szukanie możliwości poczynienia oszczędności przychodzi z coraz większym trudem coraz większej ilości różnego typu zakładów”, podaje w *Süddeutsche Zeitung* głośno zarząd Eurest, firmy wiodącej na rynku w zakresie dostawczym do wielkich zakładów, który coraz częściej zaopatruje różne stołówki i szpitale. Produkty są bardzo tanie, ale ludzie starsi i tak wzbraniają się przed ich przyjęciem.

Strategie zapobiegania temu są i oryginalne, i całkowicie sztuczne: amerykańska psycholog, Susan Schiffman, w pewnym domu pogodnej starości w Durham w stanie Północna Karolina wypróbowała szczególny trik – aromaty z laboratorium chemicznego: „Nawet jeśli brzmi to komicznie, dlaczego nie mielibyśmy kurczaka, zanim go przygotujemy do spożycia, zamarynować przez noc w aromacie kurczakowym, skoro starszym ludziom tak bardziej smakuje?”.

No tak, właściwie dlaczego nie? Drób nie będzie dzięki takim zabiegom lepszy, nie będzie miał też więcej substancji odżywczych, ale cała branża będzie zadowolona, że działania smakowe aż tak się

poszerzają. Badania przeprowadzone przez psycholog Schiffman, w których chodziło o „smakowe wzmocnienie artykułów spożywczych przy pomocy aromatów i glutaminianu”, sponsorowane były przez International Glutamate Technical Committee (IGTC) i zaprezentowano je na jednym z sympozjów dotyczących glutaminianu. Naukowcy japońscy w ogóle nie wpadli na to, aby dodawać glutaminian jako dodatek zdrowotny („suplement”) dla osób starszych, przy pomocy przyjaźnie nastawionego do całego przedsięwzięcia przemysłu zajmującego się glutaminianem.

Wiedza na temat niepełnowartościowego odżywiania nie wpłynęła ani nie doprowadziła do lepszej jakości kuchni w szpitalach, lecz raczej spowodowała jeszcze bardziej absurdalną sytuację w postaci nowego pomysłu biznesowego. Ulubionego przez lekarzy szwajcarskich, niemieckich, ale także brytyjskich i amerykańskich: pożywienia w płynie. Lekarze współpracujący z hi-tech osiągnęli w tym zakresie zaskakujące wyniki: starsi ludzie otrzymali bardzo dokładnie określony odnośnie wartości odżywczych koktajl. Tym samym nie są już więcej skazani na to, co oferuje się im na talerzu. Wyniki takich płynnych smakołyków, jak pokazały badania w Heidelbergu i w Szwajcarii, były następujące: znacząca „poprawa samopoczucia fizycznego”, a nawet zmniejszenie się stopy umieralności pacjentów. Ale picie płynnych mieszanek do ostatnich swoich dni nie sprawia takiej radości.

To, czego u ludzi odżywiających się niewłaściwie najbardziej brak, to witaminy. Nie tylko u ludzi niedożywionych w biednych rejonach świata, ale także u osób uprzywilejowanych w bogatych regionach świata. Należy teraz wprowadzić nowe programy. Koncerny, które w ogromnych ilościach produkują witaminy na użytek przemysłu, bardzo się w to zadanie zaangażowały. „Witaminy w ruch”, nazywa się na przykład program holenderskiego, wiodącego na rynku światowym producenta witamin DSM zakrojony na szeroką skalę, a mający zwalczać niedobory witamin, stosowany jako inicjatywa „Life

and Sight”. Tak zwany Anioł Witaminowy – stowarzyszenie gigantów farmaceutycznych i koncernów artykułów spożywczych chciało zwalczyć niedobór witaminy A przy pomocy projektów pomocniczych, takich jak ich „Operacja 20/20” lub przy pomocy „Trive to Five” (Dobry rozwój do 5 lat), na ogromną skalę dystrybuując mikstury odżywcze dla małych dzieci.

To wygląda pięknie dla koncernów farmaceutycznych: przy pomocy strategii grupy docelowej przyjmują wielkie brawa i dostają szerokie wsparcie. Nie tylko w holenderskiej ojczyźnie wiodącego producenta na rynku DSM, gdzie gigant Unilever, duża firma chemikaliów specjalnych Akzo Nobel i koncern produkujący nasiona Rijk Zwaan zdecydowały się na inicjatywę AIM (Amsterdam Initiative Against Malnutrition), wraz oczywiście z naukowcami z Uniwersytetu Wageningen.

W Niemczech projektem zajmował się profesor Hans Konrad Biesalski. Wiosną 2013 roku zorganizował on międzynarodowy kongres, na którym chodziło o tak zwany ukryty głód (hidden hunger). Ten „ukryty głód” to forma takiego niedożywienia, którą można zaspokoić tabletkami witaminowymi. Tak przynajmniej sprawę widzą instytucje wspierające związane z przemysłem.

Biesalski należy do najbardziej przedsiębiorczych przedstawicieli swojej dziedziny zawodowej, od lat też jest głęboko zaprzyjaźniony z przemysłem spożywczym (patrz: Hans-Ulrich Grimm: *Żywność pełna kłamstw*). Dla celów swojego kongresu włączył respektowaną w tym świecie drużynę sponsorów: wśród nich nie mogło zabraknąć Związku Lobby, „organizacji do spraw badań nad stosowanymi witaminami”, był tam też producent BASF, DSM, Pfizer, giganty spożywcze, takie jak Nestlé, Südzucker, a także pomoc ze strony Coca-Coli, Pepsi i Unilever, one też wspierały Micronutrient Forum. Nawet międzynarodowy Urząd ds. Energii Atomowej z hasłem „Atoms for Peace” brał udział w projekcie i organizacja Karla-Heinza Böhmisa „Ludzie dla Ludzi”, berlińskie Ministerstwo ds. Pomocy w Rozwo-

ju oraz niemiecki instytut badawczy Fundacja Roberta Boscha. Na stronie internetowej Uniwersytetu w Hohenheim znajduje się robiący wrażenie spis sponsorów.

„Na całym świecie 2,5 miliarda ludzi cierpi z powodu «ukrytego głodu»”, jak mówi przesłanie prasowe na temat kongresu: „Nawet jeśli jedzą oni wystarczającą ilość kalorii, muszą jednak spożywać bezwartościowe artykuły spożywcze, które nie zapewniają im mikroelementów odżywczych”. Ich zaopatrzenie organizmu w energię reguluje sygnał głodu. „Nie ma on jednak żadnego czujnika sprawdzającego niedobór wartościowych substancji”, twierdzi Biesalski.

Jest to oczywiście zupełnie bez sensu. Wszystkie istoty żywe potrafią się same zaopatrywać w niezbędne dla nich wartości odżywcze, mikro- i makroelementy. Czujnik, który te istoty posiadają, nazywa się zmysłem smaku. To on reguluje zapotrzebowanie i zaopatrywanie się w potrzebne elementy, działając w tle we współpracy z ośrodkami w mózgu, które pomagają mu wykazywać ochotę na takie produkty, które zawierają brakujące organizmowi składniki.

Zatem ważna byłaby kampania na temat smaku i przeciwko szero-ko rozpowszechnionym krokom oszustwa ukrytego w pożywieniu. Jednak kampania marketingowa na temat „ukrytego głodu” została bardzo chętnie podchwycona przez media, przez Radio Niemieckie, prasę *Südwest* i *Badische Zeitung*. Nawet w innych sytuacjach krytycznie nastawiony *Tageszeitung* przyklasnął. Widać już tego konsekwencje: w Afryce będzie się teraz witaminizowało podstawowe artykuły spożywcze, takie jak kukurydza, ryż i pszenica, wszystko we współpracy z organizacją World Vision.

W międzyczasie podniosła się także głośna fala krytyki. Również przez WHO działające często w porozumieniu z firmami farmaceutycznymi zalecane wzbogacenie człowieka w witaminy, w połączeniu ze szczepionkami może wywołać nieoczekiwane skutki uboczne, większą zapadalność na choroby infekcyjne, a nawet zwiększony

poziom śmiertelności, ostrzega Christine Stabel Benn z duńskiego Statens Serum Institut, który ma udziały w inicjatywie niesienia pomocy afrykańskim dzieciom: „Efekt podania dodatkowej witaminy A nie wpływa pozytywnie na cały współczynnik śmiertelności w tym regionie”. Na to przynajmniej wskazują badania prowadzone w latach 2012 i 2013.

Już przed laty było o tym głośno było wśród lekarzy w Indiach, i reprezentowali oni głosy krytyczne wobec programów witaminowych zachodnich organizacji, po tym, jak w ramach akcji projektu witaminowego realizowanego przez UNICEF ponad 30 dzieci zmarło z powodu przedawkowania witaminy A. Niedobór witaminy A był, jak pokazały wyniki badań, w mniejszym stopniu groźny, niż przypuszczano. Mimo to dawkę preparatu ludzie UNICEF-u jeszcze po tym fakcie zwiększyli.

Obecnie ma miejsce równie głośna krytyka kampanii witaminowych dla krajów Trzeciego Świata. Fundacje europejskie pomagające ludziom biednym i pokrzywdzonym powinny swoimi miliardami raczej rzeczywiście pomóc, zaopatrując ludzi potrzebujących w prawdziwe jedzenie, żąda Europejski Alians zajmujący się sprawami zdrowia publicznego (European Public Health Alliance, w skrócie EPHA). Krytykuje on to, że europejskie fundacje niesienia pomocy dla pokrzywdzonych socjalnie (European Aid to the most deprived fund), zamiast w prawdziwe jedzenie, zaopatruje biednych w ubogie w witaminy owoce w puszkach, konserwy warzywne i inne artykuły spożywcze przetwarzane przemysłowo o dużej zawartości tłuszczu i cukru. Prawnik zajmująca się sprawami zdrowotnymi i przedstawicielka EPHA, Dorota Sienkiewicz, postuluje: „Chcemy, żeby fundacje przekazywały bardziej zdrowe i wartościowe produkty spożywcze, takie jak świeże owoce i warzywa, artykuły pełnoziarniste i owoce strączkowe”.

EPHA jest siecią organizacji użyteczności publicznej, która zajmuje się ogólnospołeczną płaszczyzną zdrowia ludzkiego. Do jej członków

należą WCRF – World Cancer Research Fund International, Europejskie Stowarzyszenie Dietetyków (EFAD) oraz Wiedeńska Akademia Międzynarodowa ds. Medycyny Ogólnej. „Gdybyśmy mogli zwiększyć zaopatrzenie szczególnie zagrożonych grup społecznych w świeże owoce i warzywa, miałyby to ogromne skutki dla znaczącej poprawy zdrowia społeczeństwa”, mówi Sienkiewicz, przedstawicielka EPHA, przy czym oczywiście ważne byłoby wzbogacenie w wartości odżywcze, idealnie, żeby były to miejscowe produkty sezonowe: „Miałyby to także znaczenie dla miejscowego rolnictwa”.

Jednak to, co byłoby dobre dla miejscowego rolnictwa, nie spodobałoby się koncernom produkującym witaminy. Zdrowsze artykuły spożywcze to ukłon w stronę ludzi, to działanie na ich korzyść. Ale istnieje jeszcze jedna strona tego interesu, inna siła napędowa tego biznesu. Często pytanie o zdrowie to kwestia władzy.

Chodzi o zupełnie osobiste, indywidualnie podejmowane decyzje, o pytanie, co chcemy tak naprawdę jeść. Ale jednocześnie w grę wchodzi ogromny biznes, który wyznacza warunki, decyduje o cenach i reguluje ofertę na rynku.

W równoległym świecie pożywienia pomiędzy człowiekiem a naturą stoi jeszcze potężny przemysł, który postępuje według swoich zasad i przymusów okoliczności, prowadzi działania zgodne ze swoimi hasłami i maksymami. A najważniejszą z tych maksym jest w kapitalistycznym świecie przemysłowy zysk. Nie jest to tak bardzo niegodziwe, to po prostu siła napędowa gospodarki w spółkach.

Gdy zysk jest zagrożony albo staje się mniejszy, firmy sięgają po środki, które nie są do końca legalne. O tych środkach czasami można naby nawet nakręcić film.



Dr Hans-Ulrich Grimm mieszka w Stuttgarcie i jest dziennikarzem oraz autorem światowych bestsellerów. Przez lata prowadził badania, które sprawiły, że wiele wynalazków spożywczych potentatów nie zostało wprowadzonych do masowej dystrybucji. Tym razem ujawnia całą prawdę o tym, co wielkie koncerny ukrywają w jedzeniu.

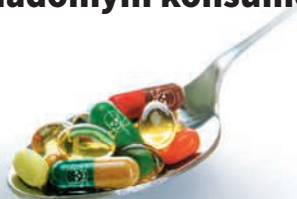
Czy naprawdę wiesz, co jesz?

Dzięki tej książce uswiadomisz sobie, jak wielka jest różnica pomiędzy oficjalną wersją, a tym, co naprawdę ląduje na Twoim talerzu. Autor otworzy Twoje oczy na produkcję przemysłową pożywienia i jej zaplecze. Jednocześnie ukaże, jak ważne jest, żeby konsumenci się zjednoczyli i walczyli o swoje prawa.

Dowiedz się:

- jakie kłamstwa są powielane w oglądanych przez Ciebie reklamach,
- w jaki sposób krył może zostać przemieniony we frankfurterki, a z substratu bioodpadów powstaje gulasz,
- dlaczego jedzenie oszukuje zmysły, ale nas nie odżywia,
- kto manipuluje nie tylko Tobą, ale i Twoimi dziećmi,
- dlaczego słodziki bywają niezdrowe i co robi cukier w kiełbasie,
- jaki wpływ mają na nas sztuczne aromaty i jak wiele ich jest w tym, co jemy,
- kto odpowiada za epidemię otyłości.

Bądź świadomym konsumentem!



Patroni:



Cena: 39,30 zł

ISBN 978-83-64278-76-1



9 788364 127876 1

