

THE
CrossFit JOURNAL

NO MÁS

BY ANDRÉA MARIA CECIL

Oscar Ramos, el dueño de CrossFit Downey, trabaja para destruir los lazos culturales con la Gran Soda y por educar sus miembros—la mayoría que son Hispanos—en los peligros de las bebidas dulces.



Cuando era niño, Oscar Ramos no podía salir a jugar hasta que se bebiera “la botella gorda” de Gatorade sabor limón.

Una botella de 32 onzas de la auto-proclamada bebida extintora de la sed contiene 56 gramos de azúcar, o alrededor de 14 cucharaditas—más del doble de las 6 cucharaditas que recomienda la Organización Mundial de la Salud para adultos de peso normal. El azúcar agregado está relacionado con enfermedades crónicas y metabólicas incluyendo obesidad, diabetes y enfermedad del corazón.

Hoy, a sus 37 años, Ramos está mejor informado sobre beber Gatorade, refresco o otra bebida endulzada con azúcar. Pero ese no es el caso con todos sus miembros en CrossFit Downey al sur de California, o el de su suegra quien tiene diabetes Tipo 2, se inyecta insulina y continúa bebiendo refresco semanalmente.

“Es nuestra cultura,” dice Ramos, quien es mitad Mexicano y mitad Puertorriqueño. “Es angustioso.”

Los Hispanos tienen algunos de los más altos porcentajes de diagnósticos de diabetes en los Estados Unidos: 12.8 por ciento, de acuerdo con el Centro para el Control y Prevención de Enfermedades de Estados Unidos en su “National Diabetes Statistics Report, 2014.” Otros grupos minoritarios tenían porcentajes iguales o más altos: La raza negra no-Hispana estuvieron en el 13.2 por ciento, y los indígenas Americanos y nativos de Alaska estuvieron en 15.9. Mientras tanto, los blancos no-Hispanos estaban en 7.6 por ciento.

Una causa probable, dicen los defensores de la salud pública, es que los esfuerzos de mercadeo de la Gran Soda están dirigidos a los Hispanos.

Las disparidades entre las comunidades negras y morenas, y las comunidades blancas “no pueden ser subestimado,” dijo Harold Goldstein, director ejecutivo del Centro de California para la Defensa de la Salud Pública.

“El mensaje que la industria de las bebidas tiene como objetivo en su mercadeo a las comunidades de bajo ingreso y a las de color tiene que expandirse, y esas comunidades están viendo esos efectos.”

Los efectos, el dijo, no solo incluyen enfermedades crónicas sino también ceguera y amputación de miembros.

Los vecindarios de bajo ingreso negros y Hispanos fueron hogar de más publicidades exterior sobre bebidas endulzadas que los de bajo ingreso blancos y los vecindarios de mayor ingreso en el 2009, de acuerdo al Centro de Ciencia del Interés Público. En 2013, los jóvenes Hispanos tuvieron 93 por ciento más

probabilidades de visitar sitios web de empresas de bebidas comparados con todos los jóvenes, de acuerdo al centro.

“Sabemos que el 86 por ciento del crecimiento hacia el 2020 del mercado objetivo de jóvenes para Coca-Cola vendrá de consumidores multiculturales, especialmente Hispanos, y enfocarse en este segmento es crítico para el crecimiento futuro de la compañía,” Bea Pérez, entonces directora de marketing para The Coca-Cola Co., fue citado al decirlo en el 2011.

Esto es lo que Ramos tiene que combatir en su intento de educar a los atletas en su gimnasio, el que se ubica una milla al noreste de una planta envasadora de Coca-Cola en la ciudad con el McDonald’s más antiguo y continuamente operando y el primer Taco Bell del país.

“A fin de cuentas, los números hablan por sí solos,” dijo poco después de que Greg Glassman, el fundador y CEO de CrossFit Inc., le habló a casi 75 personas el 12 de Noviembre en el afiliado de Ramos.

CrossFit Downey fue la cuarta parada en las visitas de CrossFit por la “Invasión de California: Reunión para Combatir a la Gran Soda” tour de afiliados.

Ahí, Glassman explicó por qué le está pidiendo a la comunidad de CrossFit su apoyo para legislación en el Senado de California para exigir etiquetas que adviertan de riesgo para la salud en las bebidas endulzadas con azúcar.

“Quiero expulsar a la Asociación de Bebida Americana y a sus socios constituyentes fuera de las ciencias de la salud,” él explicó.

La mancha de la Gran Soda, Glassman dijo, se ha manifestado en tres maneras: la toxicidad de sus bebidas azucaradas, la corrupción de la ciencia de la salud y su financiamiento de esfuerzos legislativos para requerir una licencia especial a entrenadores personales lo que criminalizaría al entrenamiento de CrossFit.

“La corrupción es escalofriante,” Glassman dijo. “Y la corrupción comienza con el Dólar 1.”

El continuo: “La toxicidad del producto justifica la etiqueta. La corrupción de la ciencia justifica la etiqueta.”

De su parte, Ramos estaba agradecido que a Glassman le importan tanto los miembros de su comunidad para explicar por qué estaba pidiéndoles que contactaran a los oficiales locales electos acerca de la etiqueta de advertencia a la salud vía CrushBigSoda.com.



Oscar Ramos (izquierda) creció consumiendo bebidas endulzadas con azúcar. El dio la bienvenida al Invasión de California de CrossFit a su gimnasio, CrossFit Downey, el 12 de Noviembre.

“Pienso que esto simplemente aclara cual es el propósito,” dijo Ramos de la plática de Glassman.

La comunidad Hispana, el agregó, no recibe suficiente educación sobre los efectos dañinos de las bebidas endulzadas.

Después de todo, Ramos anoto, las conexiones culturales y emocionales entre los Hispanos y el refresco son profundas.

“Si miras a América del Sur, Coca-Cola esta en todos lados. Coca-Cola es como un cartel en México. Ellos proveen empleos. Están en todos los partidos de fútbol. Están en todo tipo de eventos. Quiero decir, ellos organizan cosas. Y la gente los apoyan.”

México es el cuarto mayor consumidor de bebidas gaseosas en el mundo. En las tierras altas de Chiapas, México, los locales creen que la Coca tiene poderes mágicos y la utiliza en rituales religiosos, de acuerdo con el periódico The Guardian. La causa principal de muerte en el país es diabetes.

“Ahora solo se trata de educar a la gente,” Ramos dijo, “no sobre el refresco sino en lo que el refresco está tratando de hacer y ... lo que el refresco te puede hacer a ti.” ■

Acerca del Autor

Andréa María Cecil es asistente de manejo de edición y escritora principal del CrossFit Journal.