

L.A. campaign wins healthier school food

By Suzette Anderson

Los Angeles parent Arely Herrera joined a campaign for healthier school food, she says, when she realized that schools “were selling (out) our kids’ health” by providing easy access to junk food. So she joined the Healthy School Food Coalition (HSFC), whose three-year campaign marked a victory July 1. Starting this month, Los Angeles Unified School District (LAUSD) students will see healthier snacks, salad bars, and other changes outlined in the district’s Obesity Prevention Motion.

School board member Marlene Canter says high rates of childhood obesity make this measure especially important. “This is the first generation of children who [might] die younger than their parents from preventable health problems.”

Push to action

HSFC, a grassroots group of parents, teachers, administrators, and students, formed with the help of Occidental College’s Center for Food and Justice. The center had created successful nutrition projects at selected schools, says Campaign Director Francesca De La Rosa, but realized they couldn’t improve nutrition district-wide without a grassroots campaign “to really push LAUSD to act.”



Healthy School Food Coalition members celebrate their first victory—a soda ban.

De La Rosa credits the campaign’s success to “parents—prepared, and aggressive—from low-income neighborhoods, primarily Spanish speaking.”

Educating advocates

Participants’ first step was receiving training on nutrition. Youth organizer Marli Garcia says she learned things not covered in her school health class—“I never thought I was putting that much sugar [and] salt in my body!”

For Herrera, the nutrition training “helped me help my husband take care of his cholesterol.” And she started serv-

ing dishes like blended vegetables over rice. Now her kids eat vegetables “without complaining, because they don’t notice they’re eating cauliflower.”

Community outreach

HSFC parents started campaigning for healthier food at their children’s schools by surveying “other parents who were waiting to pick their kids up,” Herrera says. Then HSFC made presentations at school parent/teacher events. Their first goal, says De La Rosa, was to create a “strong power base of parents, students, and administrators.”

Grassroots
Snapshot

Creative campaigning

Groups of parents and students met privately with administrators and school board members. They also spoke at school board meetings, presented petitions, and sent board members gifts—jars of sugar, vitamin bottles, and organic fruit baskets—before key votes.

When administrators argued that school food was already fine, says Garcia, HSFC gave the school board samples of cafeteria food.

When school officials doubted that kids would eat fruits, HSFC brought a tempting variety of cut-up fruits to school cafeterias. “The kids ran to the fruits,” Herrera reports.

Financial fears

“At the center of the [school district’s] concern was really health vs. economics,” Canter explains. Schools get commissions of up to 36 percent on soda sales, she says, compared with 15 percent on healthier drinks. But schools can still get some money from food sales, says school board member Julie Korenstein, if they “create a market for healthier foods.” Kids will buy healthier food, she says, because “there will be no other options.” When Venice High substituted healthier food for junk food, she reports, food sales did drop, but then they went back up.

■ Center for Food and Justice
323-341-5097; <http://departments.oxy.edu/uepi/cfj>

Traducción al castellano:
Lucrecia Miranda

español

Do you know a grassroots group that won a victory for kids?
Contact: Jean Tepperman, 510-444-7136, aacjean@4children.org

¿Conoce algún grupo de base que haya conquistado una victoria en nombre de los niños?
Contacto: Jean Tepperman, 510-444-7136, aacjean@4children.org

Campaña en L.A. consigue comida más sana para las escuelas

Por Suzette Anderson

Arely Herrera, una mamá de Los Ángeles, dice que se unió a la campaña por una comida más sana en las escuelas cuando se dio cuenta de que éstas “estaban vendiendo la salud de nuestros hijos” al proveerles fácil acceso a “comida basura”. Así, Herrera se unió a la Coalición por una Comida Escolar Sana (HSFC, según sus iniciales en inglés), cuya campaña de tres años se apuntará una victoria el 1° de julio.

A partir de este mes, estudiantes del Distrito Escolar Unificado de Los Ángeles (LAUSD, en inglés) podrán contar con aperitivos más saludables, así como con una selección de ensaladas y otros cambios dispuestos por la Moción para la Prevención de la Obesidad del distrito.

La miembro del Consejo Escolar Marlene Canter dice que los altos porcentajes actuales de obesidad infantil hacen que esta medida sea especialmente importante, “ya que ésta es la primera generación de niños que [podría llegar] a morir más joven que sus padres por problemas de salud que pueden prevenirse”.

Empuje para la acción

HSFC, un grupo de base formado por padres, maestros, funcionarios escolares y maestros, surgió con la ayuda del Centro para la Alimentación y la Justicia de Occidental College. El Centro había creado una serie de exitosos proyectos de nutrición en algunas escuelas, dice la directora de campaña Francesca De La Rosa, pero sabía que no podía mejorar la nutrición a nivel de todo el distrito sin una campaña de base “para empujar realmente al LAUSD a actuar”.

De La Rosa otorga crédito por el éxito de la campaña a los “padres—preparados y agresivos—de barrios de bajos ingresos, primordialmente hispano-parlantes”.

Educando a los líderes para la acción

El primer paso para los participantes fue recibir educación sobre nutrición. La promotora de jóvenes Marli García dice que aprendió cosas que no había visto en su clase de salud en la escuela. “Nunca pensé que estaba metiendo tanta azúcar [y] sal en mi cuerpo!”, exclama.

Para Herrera, el entrenamiento en nutrición “me ayudó a asistir a mi marido para que cuidara su colesterol”. En cuanto a ella, comenzó a servir platos tales como una mezcla de vegetales

sobre arroz. Ahora sus niños comen vegetales “sin quejarse, porque no se dan cuenta de que lo están comiendo”.

Promoción comunitaria

Los padres de HSFC comenzaron a hacer campaña por una comida más sana en las escuelas de sus niños encuestando a “otros padres que estaban esperando recoger a sus niños [en la escuela]”, dice Herrera. Luego HSFC hizo presentaciones en eventos ante padres y maestros de la escuela. Su primer objetivo, dice De La Rosa, era crear una “fuerte base de poder constituida por padres, estudiantes y funcionarios”.

Campaña creativa

Los grupos de padres y estudiantes se reunieron privadamente con funcionarios y miembros del consejo escolar. También hablaron en reuniones del consejo, presentaron peticiones y enviaron regalos a los miembros del consejo tales como potes de azúcar, botellas de vitaminas y canastas de fruta orgánica antes de que éstos participaran en votaciones clave.

Cuando los funcionarios argumentaron que la comida de la escuela ya estaba bien, dice García, HSFC dio a probar comida de la cafetería a los miembros del consejo escolar.

Cuando los funcionarios de las escuelas dudaban que los niños fueran a comer

frutas, HSFC llevó una tentadora variedad de frutas cortadas a las cafeterías de la escuela. “Los niños se lanzaron sobre las frutas”, reporta Herrera.

Temor financiero

“Al centro de las preocupaciones [del distrito escolar] se encontraba en realidad la salud versus la economía”, explica Canter. Las escuelas obtienen comisiones de hasta un 36 por ciento sobre la venta de sodas, dice, comparado a un 15 por ciento proveniente de la venta de bebidas más saludables. Pero las escuelas aún pueden obtener algo de dinero por la venta de comidas, dice la miembro del consejo escolar Julie Korenstein, “creando un mercado para comidas más saludables”. Los niños comprarán comidas más sanas, dice, porque “no habrá otras opciones”. Cuando la escuela Venice High sustituyó comidas más sanas por comida basura, reporta Korenstein, la venta de comidas bajó, si bien luego volvió a subir.

■ Center for Food and Justice
(Centro para la Alimentación y la Justicia), 323-341-5097;
<http://departments.oxy.edu/uepi/cfj>

Instantánea
de la Comunidad