



Jugador empeña anillo del Super Bowl para comprar drogas, cumple una sentencia de cárcel, el entrenador Bill Walsh ayuda en la recuperación

Eason Ramson, ex campeón de los San Francisco 49ers en el Super Bowl, habla con Alcohol Justice sobre el alcohol, las drogas y el fútbol americano

SAN FRANCISCO, 2 de febrero de 2015 -- En un nuevo video de "[Historias de Alcohol Justice](#)" divulgado hoy, Bruce Lee Livingston, director ejecutivo / CEO de [Alcohol Justice](#), habla con Eason Ramson sobre su vida y su carrera en el fútbol americano profesional que terminó cuando cayó en el consumo de drogas, el crimen y la prisión. *"Eason luchó por recuperarse y ahora hace una labor importante con los jóvenes en el Bayview Hunters Point YMCA en San Francisco"*, expresó Livingston. *"Tiene el compromiso de ayudarlos a superar las influencias que lo llevaron al camino de la autodestrucción"*.

En el emocional video, Ramson narra cómo cayó hasta el fondo del abismo, empujado por la presión de los compañeros, el alcohol, las drogas y una liga deportiva indiferente. Se recuperó con la ayuda de Bill Walsh, entrenador de los San Francisco 49ers. Ahora Ramson capacita a la juventud mediante su [Programa CARE](#) y desafía el poder de las grandes corporaciones de bebidas alcohólicas en el deporte.

"Los anuncios, los patrocinios y el respaldo de las celebridades a las bebidas alcohólicas, asociados con los deportes, son un error y deben cesar", dijo Ramson. "No solo porque están concebidos para incitar a la gente a excederse en el consumo, sino porque también perpetúan una norma social que dice a los chicos que el consumo de alcohol es una parte normal de la vida cotidiana y que está muy asociada al éxito en los deportes. Estoy aquí para decir que eso no es verdad".

Los [estudios](#) muestran que mientras más anuncios de bebidas alcohólicas ven los niños, más probabilidades tienen de que beberán y en muchos casos beberán en exceso. Mientras más joven una persona empieza a beber, más probabilidades tiene de ser un cliente de por vida, y de sufrir daños graves relacionados con el alcohol.

Los [miles de millones](#) que las grandes compañías de bebidas alcohólicas gastan en la publicidad del alcohol en eventos deportivos conducen a un incremento del número de menores de edad que beben, y también causan que eventos familiares llenos de diversión se conviertan en experiencias de embriaguez, con potencial de violencia. *"Millones de jóvenes verán este domingo anuncios de cerveza que hacen sentirse bien a la gente con caballitos, mascotas y Pac-Man anunciando cerveza Budweiser y Bud Light en el mayor partido de fútbol americano del año con la mayor audiencia juvenil en todo el mundo"*, dijo Livingston.

Aunque la NFL ha sido inefectiva en los [mayores escándalos](#) del año relacionados con drogas, alcohol y violencia doméstica, en el gran juego de este año todavía se promoverán productos de Budweiser. Livingston agregó: *"Los anuncios se transmitirán, decenas de millones los verán, y la NFL y Anheuser Busch-InBev obtendrán ganancias sin tener en cuenta para nada el efecto negativo que el mal uso del alcohol tiene en la vida de los jóvenes espectadores así como de los jugadores"*.

"El único plan que funcionará consiste en eliminar la publicidad mundial, los patrocinios, la creación de marca y las promociones de las bebidas alcohólicas en todos los deportes, desde juegos universitarios hasta el campeonato de la NFL, desde la Serie Mundial hasta la Copa del Mundo y las Olimpiadas", concluyó Livingston. *"En mi opinión, el verdadero escándalo de este mes no es #deflategate, es #BudLightGate."*

Para ver el video entre en: www.AlcoholJustice.org

CONTACTO: Michael Scippa 415 548-0492
Jorge Castillo 213 843-3336



###