



## Director ejecutivo de Alcohol Justice habla sobre cómo prevenir la violencia después del Har-Bowl

***Si no sabes beber alcohol de manera responsable mientras ves el fútbol, quédate en casa o vas a perder más que la pelota en el juego***

SAN FRANCISCO, 31 de enero de 2013 -- Bruce Lee Livingston, residente de San Francisco y director ejecutivo y CEO de Alcohol Justice, está disponible para comentar acerca de la combinación tóxica del alcohol con los deportes y la violencia callejera.

*"El Súper Domingo es el peor día del año en la nación para la violencia doméstica y conducir embriagado", dice Bruce Lee Livingston, director ejecutivo y CEO de Alcohol Justice. "Sin embargo ya sea que los Ravens o los Niners ganen el Har-Bowl puede ser una verdadera pesadilla cívica en las calles de la ciudad".*

Estados Unidos, con la motivación de las grandes campañas publicitarias, lanzamiento de marcas, patrocinios y apoyo de celebridades de bebidas alcohólicas, consume una cantidad estimada de 325 millones de galones de cerveza el día del gran juego, de modo que los daños relacionados con el alcohol son inevitables. El patrocinio de Budweiser del Campeonato de la NFL y las ventas de cerveza representan la mayor amenaza a la seguridad pública ese día.

*"No es suficiente desalentar el consumo de bebidas alcohólicas y promover el servicio de bebidas responsable", añade Livingston. "Los bares necesitan frenar las ventas de cerveza después del juego y la policía necesita controlar de modo inteligente el tráfico y las muchedumbres. Los alcaldes Ed Lee y Stephanie Rawlings-Blake deben incentivar a cualquier persona que haya bebido más de tres cervezas a que se quede en casa o va a perder más que la pelota en el juego".*

El Sr. Livingston recientemente habló sobre la violencia de los fanáticos en el programa *Outside the Lines* de ESPN y en KCBS Radio. Alcohol Justice promueve técnicas eficaces de prevención basadas en evidencia, la limitación de los anuncios publicitarios, ventas responsables y educación comunitaria, sin embargo las medidas de seguridad pública también pueden incluir los controles de flujo de tráfico y toques de queda.

Lo trágico es especialmente cuanta gente joven ha sido impactada. Para contrarrestar los quinientos millones de dólares al año que Anheuser-Busch y MillerCoors gastan en anuncios publicitarios dirigidos a los jóvenes, Alcohol Justice lanzó el [Free Our Sports™ Youth Film Festival](#).

**Disponibilidad de los medios:** Para entrevistas por favor comuníquese con Michael Scippa 415-548-0492, o Bruce Lee Livingston at 415-515-1856, o Jorge Castillo (en Español) al 213-840-3336.

Más información al: [FreeOurSports.org](http://FreeOurSports.org)

FUENTE Alcohol Justice



###