



Para Publicación Inmediata

Contact: Michael Scippa 415 548-0492  
Jorge Castillo 213 840-3336

## **Se anunciaron los ganadores de los vídeos realizados por jóvenes en el concurso Free the Bowl™**

### Los niños le dicen a Gran Alcohol: libera el Súper Tazón de los comerciales de Gran Al

SAN RAFAEL, California, 4 de febrero /PRNewswire-HISPANIC PR WIRE/ -- Siete jóvenes de entre 10 y 25 años fueron premiados este atardecer por sus persuasivos comerciales contra el alcohol, durante el estreno mundial 2010 de [Free The Bowl™](#) (Liberen el Tazón), realizado en San Rafael, California. La competencia atrajo comerciales de 19 estados diferentes que, sin embargo, compartían el mismo mensaje central: los seductores comerciales sobre alcohol que se exhiben durante el Súper Tazón no son apropiados para los millones de jóvenes y vulnerables espectadores que miran el evento.

"En el concurso de este año, pedimos a los jóvenes que identificaran los muchos rostros de 'Gran Al', en especial aquellos que alientan a menores a consumir bebidas alcohólicas", declaró el Director de promoción Michael Scippa del [Marin Institute](#) Desafiamos a los jóvenes cineastas a mostrarnos cuál es la apariencia de Gran Al, dónde ven a Gran Al y cómo Gran Alcohol los daña a ellos, a sus amigos y a sus familias".

"El consumo de bebidas alcohólicas por parte de menores es un problema muy serio en este país", declaró Mark Fishkin, Director Ejecutivo del California Film Institute y uno de los jueces del Free the Bowl 2010. "Como padre, no hay nada más angustiante que quedarse despierto esperando la llegada de tu hijo, rezando para que vuelva a casa sano y salvo".

Las investigaciones estiman que 85,000 muertes de estadounidenses son causadas anualmente por el consumo de alcohol, mientras que los costos económicos superan los US \$220,000 millones. Más de 10 millones de menores toman alcohol cada año y 7 millones se emborrachan. Como resultado, mueren 5,000 menores de 21 años, mientras que cientos de miles más sufren violaciones, heridas graves, enfermedades y fracaso académico a causada de la ingesta de alcohol. Mientras tanto, Gran Alcohol (las corporaciones globales de cerveza, vino y bebidas alcohólicas) pautarán en la TV 2 millones de comerciales sobre alcohol este año. Las corporaciones de bebidas alcohólicas que tienen su sede en el exterior invertirán quinientos millones de dólares en publicidad sólo en programas de deportes en la TV. Anheuser-Busch/Inbev dominaran el Super Tazón XLIV con 8 comerciales de 4 minutos en total de duración. Se calcula que 30 millones de jóvenes menores de 21 años de edad miraran el partido.

"El California Film Institute siempre ha considerado las películas como un medio poderoso para inspirar, motivar y educar", agregó Fishkin. "Es maravilloso que tantos jóvenes adultos hayan podido usar estos cortos como medio social para enviar un mensaje poderoso".

A continuación, los ganadores del segundo concurso de vídeo [Free the Bowl™](#) del país:

#### **Grupo de 10 a 20 años**

Primer Premio - Ren Reed, 16, Pleasant Hill, California, por "No hay segundas oportunidades"

Segundo Premio - Tanner Mitchell, 17, Grand Prairie, Texas, por "El gran juego de Gran Al"

Tercer Premio - Gabrielle Lewis, 18, Post Falls, Idaho, por "El futuro cercano" (que empató con)

Tercer Premio - Michael Huet, 17, Hollywood, Florida, por "Las compañías de alcohol quieren a sus hijos"

**Grupo de 21 a 25 años**

Primer Premio - Justin McBride, 24, Phoenix, Arizona, por "Es hora"

Segundo Premio - Eric Henriksen, 22, Oswego, Illinois, por "Quiebra la dominación"

Tercer Premio - Matt Fiedler, 21, Branchburg, Nueva Jersey, por "Una gran decepción"

Pueden encontrarse los vídeos en [FreeTheBowl.com](http://FreeTheBowl.com) e información básica acerca de los efectos de la publicidad de bebidas alcohólicas en la juventud, en el sitio [MarinInstitute.org](http://MarinInstitute.org).

###