

Sobre a capa

Vir à tona a situação do alcoolismo me aconteceu num desses raros momentos de lucidez, raros porque se fossem diários eu estaria depressiva tal qual muitos de nós.

Atenta a estudos divulgados no ano passado pela Universidade de Oxford, os quais contrariam o consumo de álcool mesmo em doses mínimas, percebo que ficamos tão envolvidos com a publicidade transvestida de felicidade a ponto de ignorar que 11% da população mundial é viciada em bebidas alcoólicas.

Num tempo em que cresce o abismo entre vagas para empregos especializados e os talentos necessários para preenchê-las, lamentável é ver tantas personalidades frustradas comemorando a quantidade de latinhas bebidas no fim de semana.

Sob a suave bandeira do “beba com moderação” dissimula-se a responsabilidade social e perde-se o brilho de seres inteiros, donos da sua paz, da sua alegria, da sua vida. Por isso, o slogan adequado deveria ser “não beba”. Mas aí não mais estaríamos falando pela lógica do capital.

Haidi Krischnegg