

Doze Diretrizes para lidar com a Mídia

excerpted © 1985 The Augustine Fellowship, Sex and Love Addicts Anonymous, Fellowship-Wide Services, Inc. All Rights Reserved

1. Tentamos evitar atrair atenção indevida para DASA dos meios de comunicação em geral.
2. DASA não opina sobre questões alheias à Irmandade, portanto o nome de DASA jamais poderá aparecer em controvérsias públicas.
3. Nossas relações com o público baseiam-se na atração ao invés da promoção.
4. Qualquer ação unilateral por parte de qualquer membro de DASA individualmente é expressamente desencorajada no sentido de expor DASA perante os meios de comunicação.
5. Deverão sempre ser tomadas decisões baseadas na “consciência de grupo” com relação a conveniência de aceitar ou descartar quaisquer oportunidades de divulgação através da mídia e, se uma oportunidade é aceita, deve-se manter a divulgação dentro do espírito de tais diretrizes.
6. Toda oferta por parte da mídia ou relações públicas estendidas ao DASA mediante a condições, as quais se para serem aceitas influenciem ou alterem de alguma forma as decisões tomadas pela consciência de grupo, devem ser desconsideradas.
7. Assuntos relacionados a relações públicas e/ou mídia devem ser empreendidos por pelo menos dois membros de DASA sóbrios. Ao participarem de alguma forma de divulgações, membros de DASA devem deixar claro que falam em seu nome, enquanto indivíduos, e não enquanto DASA como um todo. Nenhum membro de DASA possui a posição de falar quanto Irmandade.
8. Qualquer membro de DASA envolvido em situações de mídia deve utilizar um pseudônimo. Anonimato visual é fortemente recomendado em quaisquer situações envolvendo TV, filmes ou vídeo. Precisamos sempre manter nosso anonimato pessoal em relação à imprensa, rádio, TV, filmes e outros.
9. Nós evitamos participar de fóruns públicos, workshops e quaisquer eventos na mídia onde DASA possa ser contraposto a opositores ou pessoas de opiniões adversas ou ainda porta-vozes representantes de outras causas ou interesses.
10. A instância apropriada da “consciência de grupo” a ser consultada em questões referentes a mídia é aquela a qual representa a área geográfica de DASA a ser envolvida pela publicidade. Oportunidades de aparição nos meios de comunicação que afetem a maior parte da Irmandade deverão ser encaminhadas ao corpo operativo da “consciência de grupo” na maior instância de DASA. Cada nível de consciência de grupo dentro de DASA deve, se assim escolher, indicar um comitê de informação ao público, diretamente responsável pela consciência de grupo que o designou, para servir em questões ligadas à mídia/relações públicas, a cada instância de serviço de DASA, respectivamente.
11. Quaisquer oportunidades de divulgação através da mídia que potencialmente afetem DASA como um todo devem ser encaminhadas a “consciência de grupo” do corpo operacional a nível de Fellowship-Wide com o Board of Trustees (Comitê de Servidores).
12. Recomenda-se que decisões tomadas em qualquer instância de “consciência de grupo” com relação à mídia seja precedida por um minuto de silêncio e meditação, de forma a clarear o canal através do qual o direcionamento dado pela presença de Deus dentro de DASA possa ser sentida, ajudando a assegurar que as decisões de consciência de grupo serão verdadeiramente a reflexão dos desígnios deste Poder em DASA.