



DOZE DIRETRIZES PARA LIDAR COM A MÍDIA

Excerto © 1985 The Augustine Fellowship, S.L.A.A., Fellowship-Wide Services, Inc. Todos os Direitos Reservados.

Dependentes de Amor e Sexo Anônimos (D.A.S.A.)

1. Tentamos evitar atrair atenção indevida dos meios de comunicação para D.A.S.A. como um todo.
2. D.A.S.A. não opina sobre questões alheias à Irmandade, portanto o nome de D.A.S.A. jamais poderá aparecer em controvérsias públicas.
3. Nossas relações com o público baseiam-se na atração ao invés da promoção. (Evitamos publicidade.)
4. Qualquer ação unilateral, por parte de qualquer membro de D.A.S.A. agindo por conta própria, a fim de colocar D.A.S.A. nos meios de comunicação, em qualquer nível, é expressamente desaconselhável.
5. Decisões baseadas na consciência coletiva precisam sempre ser tomadas levando em consideração as consequências de aceitar ou recusar a oportunidade de divulgação na mídia e, se uma oportunidade for aceita, o espírito destas diretrizes deve ser usado para respondê-la.
6. Todas as solicitações de divulgação em mídias feitas ao D.A.S.A. com “prazo definido” que implique em que, para atender esse prazo, seja necessário apressar a decisão da consciência coletiva de qualquer forma, devem ser recusadas.
7. Assuntos relacionados a divulgação em mídias devem ser sempre tratados por pelo menos dois membros sóbrios de D.A.S.A. Ao participarem de alguma forma de divulgação, membros de D.A.S.A. devem deixar claro que falam como indivíduos, e não como representantes de D.A.S.A. como um todo. Nenhum membro(a) de D.A.S.A. deverá estar em uma posição que sugira que ele(a) representa D.A.S.A. como um todo.
8. Qualquer membro de D.A.S.A., ao responder solicitações de divulgação em mídia, deve utilizar um pseudônimo (ou somente seu primeiro nome) para essa finalidade. O anonimato visual é extremamente recomendado em todas as situações de mídia envolvendo TV, filme ou vídeo. Precisamos sempre manter o anonimato pessoal em relação à imprensa, rádio, TV, cinema e outros meios públicos de comunicação.
9. Evitamos participar de fóruns, workshops ou outros eventos públicos na mídia em que D.A.S.A. possa ser confrontado com pontos de vista opostos ou contrários, ou ainda confrontado com porta-vozes representando outros interesses ou causas.
10. O nível adequado de consciência coletiva a ser consultado em assuntos de mídia é aquele que representa a área geográfica do D.A.S.A. a ser impactada, ou afetada, pela possibilidade de publicidade. Aparições na mídia que possam afetar D.A.S.A. como um todo devem ser encaminhadas à consciência coletiva operante em nível mais amplo do D.A.S.A. (comitê responsável por essa questão). Cada nível de consciência coletiva dentro de D.A.S.A., se assim desejar, pode indicar um comitê de informação ao público, responsável diretamente perante a consciência coletiva que o nomeou, para lidar com questões ligadas à informação pública, perante cada instância de serviço de D.A.S.A.
11. Qualquer possibilidade de divulgação na mídia que possa afetar D.A.S.A. como um todo deve ser encaminhada ao órgão de tomada de decisões de consciência coletiva que atua no nível mundial da Irmandade (Fellowship-Wide Services - F.W.S.), orientado pelo Conselho de Custódios
12. É sugerido que a tomada de decisão referente a uma oportunidade de exposição na mídia, em qualquer nível de consciência coletiva, seja precedida por um minuto de meditação silenciosa, de modo a abrir um canal espiritual através do qual possa ser sentido o direcionamento dado pela presença de Deus dentro de D.A.S.A., assegurando que as decisões da consciência coletiva refletirão a vontade deste Poder para o D.A.S.A.