



# DOCE RECOMENDACIONES PARA TRATAR CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

extractado © 1985 The Augustine Fellowship, S.L.A.A., Fellowship-Wide Services, Inc. Todos los Derechos Reservados.

Adictxs al Sexo y al Amor Anónimxs (A.S.A.A.)

1. Intentamos evitar la atención indebida de los medios de comunicación hacia A.S.A.A. como un todo.
2. A.S.A.A. no tiene opinión sobre asuntos externos, por lo que el nombre de A.S.A.A. no debe ser utilizado en polémicas públicas.
3. Nuestra política de relaciones públicas se basa en la atracción más que en la promoción. (No buscamos publicidad)
4. Cualquier acción unilateral, realizada por cualquier miembro de A.S.A.A. que actúe en su propio nombre, para exponer el nombre de A.S.A.A. ante los medios de comunicación, a cualquier nivel, es evitado expresamente.
5. Siempre se deben tomar decisiones basadas en la conciencia de grupo con respecto a la capacidad de aceptar o rechazar cualquiera y todas las oportunidades de medios o relaciones públicas y, si se acepta una oportunidad, con respecto a la forma de responder, dentro del espíritu de estas pautas.
6. Todas las ofertas de medios o relaciones públicas que se extiendan a A.S.A.A. bajo la condición de una "fecha límite" que, para aceptar dicha oferta, haría necesario eludir o acortar la toma de decisiones de conciencia de grupo apropiada con respecto a la oferta, deben ser rechazadas.
7. Las situaciones de relaciones públicas o de los medios que se presenten siempre deben ser manejadas por al menos dos miembros sobrios de la A.S.A.A. Los miembros participantes de A.S.A.A. deben dejar en claro que hablan solo como individuos y no para A.S.A.A. como un todo. Ningún miembro de A.S.A.A. debería estar en una posición en la que parezca que habla en nombre de A.S.A.A. como colectivo.
8. Cualquier miembro de A.S.A.A. que participe en la respuesta a ofertas de medios/relaciones públicas debe utilizar seudónimos para este fin. Se recomienda encarecidamente el anonimato visual en todas las situaciones de medios que involucren televisión, películas o videos. Necesitamos mantener siempre el anonimato personal a nivel de prensa, radio, TV, cine y otros medios públicos.
9. Evitamos participar en foros públicos, talleres u otros eventos mediáticos en los que parezca haber alguna posibilidad de que A.S.A.A. se enfrente a puntos de vista opuestos o adversarios, o a voceros que representen otros intereses o causas.
10. El nivel apropiado de "conciencia de grupo" que se debe consultar en asuntos de medios o relaciones públicas es ese nivel que representa el área geográfica de A.S.A.A. que será impactada o afectada por la posible publicidad. Las oportunidades de relaciones públicas/medios de comunicación que afectarían a un nivel más amplio de la comunidad de A.S.A.A. deben remitirse al organismo operativo de "conciencia de grupo" en el nivel más amplio de A.S.A.A.. Cada nivel de "conciencia de grupo" dentro de A.S.A.A. puede, si lo desea, designar un comité de conciencia de relaciones públicas, responsable directamente ante la "conciencia de grupo" que lo nombra, para servir como el organismo de toma de decisiones de "conciencia de grupo" con respecto a las ofertas de relaciones públicas/medios, en cada nivel de servicio respectivo de A.S.A.A.
11. Cualquier oportunidad de relaciones públicas/con los medios de comunicación que tenga un aspecto que podría afectar potencialmente a la A.S.A.A. en su conjunto, debe remitirse a la "conciencia de grupo" operativo a nivel de toda la confraternidad, o a la Junta de Directivos.
12. Se recomienda que la toma de decisiones de medios/relaciones públicas en cualquier nivel de "conciencia de grupo" sea precedida por un minuto de silencio, para despejar un canal a través del cual la presencia de Dios que guía detrás de A.S.A.A. pueda hacerse sentir, ayudando para garantizar que las decisiones de "conciencia de grupo" realmente reflejen el diseño de este Poder para A.S.A.A.