

VIVÊNCIA

SOMOS TODOS VENDEDORES:

Venda é troca de bens, geralmente mercadorias ou serviços, por dinheiro. Dinheiro é bem fungível utilizado para avaliar todos os demais produtos disponíveis no mercado.

A disputa pela clientela cria sofisticadas técnicas de vendas. Mas uma coisa é certa: toda venda visa a satisfazer uma necessidade do comprador.

Servirão estas técnicas de vendas para levar a mensagem de Alcoólicos Anônimos aos que dela necessitam? A sobriedade não é bem avaliável em dinheiro. Portanto, não pode ser vendida. Isto é conclusivo. Acrescente-se o fato de o programa de A.A. ser processo espiritual caracterizado pela renúncia incondicional do doente alcoólico diante de sua impotência perante o álcool. Está decidido: técnicas de vendas não servem para “vender” a mensagem de A.A.

Nada custa, todavia, usar algumas dessas técnicas na aproximação daqueles a quem vamos abordar. Se não ajudar, pelo menos não prejudica.

Eis algumas delas:

ESTUDAR PROFUNDAMENTE O PRODUTO:

Não podemos vender o desconhecido. Esta é a primeira e fundamental regra da venda. Nosso produto é o programa de recuperação de A.A. Quanto mais o conhecermos, melhores serão as oportunidades de transmiti-lo, quase diria vendê-lo, para satisfazer a necessidade vital de quem nos procura tentando recuperar-se do alcoolismo. Este conhecimento é essencial. Adquirimo-lo freqüentando as reuniões de grupo, participando, vivenciando o programa, estudando a literatura. Quanto melhor for nossa recuperação, maiores as possibilidades de compartilhá-la.

SER BREVE, CLARO E HONESTO:

Quem já não teve a desagradável experiência de receber um vendedor daqueles que decoram o texto demonstrativo do produto e o vomitam, sem piedade, de uma vez, em cima do freguês, sem lhe dar tempo para respirar? Palavreado balofo a nada leva. O melhor é ir diretamente ao assunto. Contar, em poucas palavras, como éramos quando estávamos bebendo, e como somos agora, depois de alcançar a sobriedade em A.A. Explicar, brevemente, aquilo que Alcoólicos Anônimos pode fazer pelo alcoólico, quais suas possibilidades de recuperação e como se pode viver alegremente sem bebida.

SER SIMPÁTICO – SORRIR

A simpatia abre todas as portas. Nada pior que o ar professoral de quem tudo sabe ou pensa saber. Não existe alcoólico tolo e qualquer pessoa, máxime o bebedor, tem idéias próprias e não está disposto a mudá-las somente porque pensamos ter mais conhecimento do que ele a respeito do alcoolismo. Lembremo-nos de que ele é, também, alguém vivido e sofrido.

NÃO DISCUTIR:

Isto é primordial. Vendedor discutindo com o cliente pode até “vencer” a discussão, mas perde a venda. Os profissionais de vendas experientes fogem da polêmica como o diabo foge da cruz. Por que provar ao abordando estar ele completamente errado, que somos sabichões, mas inteligentes, doutores em alcoolismo? Um pouco de humildade nunca é demais. Procuramos, na nossa abordagem, encontrar os pontos convergentes,

descobrir nossas semelhanças, respeitando sempre a opinião do interlocutor. Estamos tratando com pessoa gravemente doente e, muitas vezes, apegada ao fenômeno da negação: “Bebo quando quero e paro quando quero”. “Não sou alcoólatra”. “Só bebo nos fins de semana”. “Não tenho nenhum problema com bebida”. “A culpa é da mulher, do marido, do patrão, da crise, da situação mundial”. São desculpas, todos o sabemos, pois já as usamos. Mas, no mundo fantasioso do alcoólico, estas evasivas adquirem foros de verdades indiscutíveis.

SER BOM OUVINTE:

A crise maior do mundo moderno é a da solidão. Estamos todos muito ocupados com nossos próprios afazeres, sem disponibilidade para nos interessar pelos problemas do próximo. Nada mais simpático do que ouvir. Tenhamos paciência para ouvir com atenção e respeito ao nosso entrevistado, mesmo na concordando com ele. Temos dois bons ouvidos e somente uma boca. Deveríamos ouvir duas vezes mais do que falamos. Todo mundo se sente importante quando merece atenção. E ouvir é, provavelmente, a maior das homenagens prestadas a quem conosco conversa.

INFORMA-SE SOBRE OS INTERESSES DA PESSOA:

Para entabular boa conversa, nada melhor que se inteirar dos interesses da pessoa. Falar de futebol com quem gosta de futebol; de música com quem gosta de música; de culinária com quem gosta de cozinhar. Se possível, informar-se dos interesses do possível candidato à recuperação antes de falar com ele. Tratá-lo pelo nome e incentivá-lo a falar de si mesmo. Isto gera empatia, ajuda a ganhar confiança, abre as portas do coração.

FINALMENTE – Estas são regras de ouro:

Não julgar - O julgamento pertence a Deus.

Não culpar – Quando ocorre um acidente, primeiro socorre-se a vítima e somente depois se procuram os culpados.

Só dar opinião se for perguntado – Manter a conversa a nível impessoal evitando juízos de valores capazes de gerar controvérsias. Às vezes, ao abordando procura estribar-se nos nossos conceitos (e como o alcoólico é mestre nisso) para justificar projetos pessoais nem sempre recomendáveis.

Pedir assistência do Poder Superior – Na verdade, não vendemos nem damos sobriedade a ninguém.

Fernando de Campos
Editor responsável

Edição nº 01 – pág. 2 - Editorial



VIVÊNCIA

Meio século de experiência universal:

A tradição de auto-suficiência em A.A. justificaria plenamente o atraso com que nossa Revista, já agora no limiar de 87, chega às mãos de toda clientela paciente e esperançosa que hoje ocupa, no cenário nacional, espaços que se projetam do Oiapoque ao Chuí. A

única subvenção com que contamos é nossa tenacidade, nosso interesse de servir, alimentados, uma e outro, pela certeza de que, com humildade e idealismo, ultrapassamos, sempre, a barreira do possível.

Às dificuldades naturais de ordem material – com o que, aliás, nossa Irmandade sempre conviveu sem perplexidade -, somou-se, no ano eleitoral de 1986, a corrida milionária ao parque gráfico de todo o País, estrangulando nossa programação editorial ao inviabilizar esta **VIVÊNCIA** mais estreita com o crescimento gratificante das comunidades de Alcoólicos Anônimos.

Nada, porém, nos arrefeceu o ânimo do primeiro momento. Ao contrário, fortalecemo-nos no silêncio que nos foi imposto, retemperamos a confiança na força do Poder Superior e podemos constatar, agora até com certo júbilo, que a semente de A.A. tem caído em solo fértil, germina com prodigalidade e, com o surgimento de novos e numerosos grupos em todo o território nacional, a doença do alcoolismo encontra resistência para a propagação maior dos males sociais pelos quais é responsável.

Meio século de experiência universal empresta a Alcoólicos Anônimos singular e invejável personalidade. Nossos Passos e Tradições, enriquecidos através da experiência de Encontros, Convenções e intercâmbio entre grupos, servem hoje de bússola para tanta vida arrancada já do fundo do poço, representam o elo de reintegração de inúmeras famílias que se desagregavam, vítimas indefesas desse flagelo que teima em corroer as estruturas da sociedade.

Depoimentos, estudos científicos, ensaios jurídicos, toda uma gama de observações, ao longo do tempo, convergem para o mesmo ponto – o alcoolismo é uma doença insidiosa, reflexiva e fatal, para cuja recuperação em grupo, como se pratica em A.A. vem sendo uma resposta irrecusavelmente positiva. São muitos milhares de testemunhos a ratificar esta assertiva.

VIVÊNCIA, por isso mesmo, é uma proposta sedimentada no universo vitorioso de A.A. É uma forma de atração e não de persuasão. Condensamos material de inquestionável interesse não só para quantos foram ou ainda são vítimas do alcoolismo, mas, igualmente, para aqueles estudiosos que se preocupam em conhecer, no âmago, a complexidade de um problema que tantos males tem causado à humanidade.

Pretendemos que o presente número de nossa Revista preencha a expectativa dos leitores. Nosso ideal é o de aprimorar o seu conteúdo, para o que esperamos contar com a colaboração dos que possam fazê-lo, de maneira a que ela represente, realmente, a **VIVÊNCIA** nacional de Alcoólicos Anônimos. E isso, como tudo em A.A., vai mostrar que É POSSIVEL.

Fernando de Campos – Redator-Responsável

Edição n 02 – pág. 02 - Editorial

VIVÊNCIA

Uma explicação aos Leitores:

A criação da nossa Revista Vivência obedeceu a uma Recomendação da Conferência de Serviços Gerais que, recolhendo as aspirações da comunidade, desejou vê-la realizada e integrada como um dos organismos da Junta de Serviços Gerais de A.A. no Brasil – JUNAAB.

A demora no atendimento àquela Recomendação deveu-se a dificuldades financeiras e a outras de natureza diversa, até que atual Junta, em uma das suas reuniões de Baependi, resolveu, a qualquer

custo, atender ao já determinado pela Conferência; em última análise, ao reiterado anseio da comunidade.

Assim, encarregou o companheiro M. Aragão de providenciar uma edição experimental, o que foi feito nos princípios do ano passado. Posteriormente, a mesma Junta nos transferiu essa incumbência, recomendando que, para apreciação da comunidade, a revista fosse editada no formato adotado por outras revistas congêneres. Escolhido o formato atual, tratou-se de registrar a revista como órgão autônomo, a exemplo da “Grapevine” americana.

Enquanto isto se tratou também, do seu planejamento, nele incluindo-se, naturalmente, a forma de distribuição e os recursos financeiros. Quanto à distribuição foi fixado um sistema de vendas por meio de assinaturas individuais e de venda avulsas por intermédio das Centrais de Serviços, levando-se em conta que as assinaturas atenderiam ao público não A.A., clientela da vital importância dentro dos objetivos da revista.

Quanto aos recursos financeiros, por haver sido planejada na vigência do chamado Plano Cruzado, optou-se pela fixação de um preço mínimo de venda que permitisse ao mesmo tempo a manutenção da revista e a sua divulgação, dentro e fora da Irmandade. Sobrevindo o colapso do Plano Cruzado com a prática da cobrança de ágio e, posteriormente, uma violenta alta no preço do papel, a Junta, como Conselho Diretor da Revista, não teve alternativa senão aumentar o preço do exemplar de 40 cruzados e suspender, temporariamente, até que o mercado se normalize, o sistema de distribuição por meio de assinaturas individuais.

Todavia, como já havíamos distribuído os cupons de assinaturas, o que implica num princípio de compromisso com os prováveis assinantes, a direção da revista resolveu manter as assinaturas já contratadas aos preços constantes nos cupons enviados ou publicados no BOB, honrando, assim, as tradições de lisura da nossa comunidade. O que esperamos, agora, é a compreensão, e sobretudo o apoio dessa mesma comunidade fazendo de cada companheiro um leitor da nossa revista Vivência que pode ser adquirida, a exemplo de qualquer literatura de A.A., nas Centrais de Serviços, nossos únicos distribuidores no momento.

J.W.Chaves
Diretor-Geral

Edição nº 03 – pág. 2 - Editorial



VIVÊNCIA

Prezado Leitor,

A nossa revista deixou de circular o seu número relativo a abril-junho para que a Junta de Custódios tomasse algumas providências visando regularizar uma situação criada pelo alto custo das suas edições sucessivas, isto em conseqüências da inflação que nos persegue a todos.

Como você sabe, a nossa revista, por imperativo das nossas Tradições, não pode, ao contrário de outros veículos, agenciar anúncios, tendo, por isto, como única fonte de receita a venda de assinaturas e de números avulsos por intermédio das nossas Centrais e Intergrupais de Serviços.

A principal providência tomada pela Junta de Custódios foi a de transferir para Brasília o controle total da revista, vale dizer, a sua feitura, impressão, expedição e contabilidade. Por especial deferência dos grupos do Distrito /federal a revista ficará, provisoriamente, com endereço da CENSAA-DF que é: SCS – Ed. Márcia, sala 1.006 – fone: 61-2260091 – devendo toda e qualquer correspondência ser enviada, a partir de agora, para: Vivência – CX.P. 04.185 – CEP 70312 – Brasília/DF.

Desde a sua criação a revista adotou o preço da assinatura anual – 4 exemplares, como o correspondente a 80% do valor da OTN referente ao último mês de cada trimestre. Tal procedimento, entretanto, resultou em grave prejuízo, pois o preço do papel e da produção era duplicado, e, em alguns casos, até mesmo triplicado, em razão de ser aumentado sempre acima da inflação verificada no período considerado por nós. Por este motivo fomos obrigados a fixar o preço da assinatura no valor da OTN do mês em que a revista for editada. Em outro local desta edição exemplificaremos como deve proceder ao leitor ao fazer ou renovar a sua assinatura.

A peculiar situação econômica do nosso país nos coloca nesta desconfortável situação, aliás, bem mais adversa que a de outras comunidades AAs de outros países que editam revistas congêneres. Temos certeza, porém, de que os nossos leitores saberão compreender os nossos esforços, principalmente a comunidade AA no Brasil que, hoje, conta com cerca de 2.500 grupos e mais de 100.000 membros perseverando na sobriedade a cada 24 horas...

Editorial

Edição nº 7 – pág. 3



VIVÊNCIA

A.A. CHEGA À IDADE DO COMPUTADOR

Quando Bill W. escreveu “Alcoólicos Anônimos Atinge a Maioridade” não podia supor, sequer sonhar, o impacto que os computadores teriam na história de A.A., impacto este pouco imaginado até mesmo por muitos companheiros nos dias de hoje. Pois não é que o Box 459, de setembro último, nos informa que já existem reuniões de A.A. programadas em computadores.

Um dos grandes Centros de Armazenamento de Informações tem programado uma reunião de A.A. em sua seção CB. Através do teclado de terminais qualquer número de membros de A.A. que disponham de equipamento conveniente pode compartilhar da reunião.

Primeiro ele ou ela, “logs-on”, ou seja, inicia a conexão pelo teclado eletrônico e se identifica por seu apelido. Logo pode ler os depoimentos, fazer suas próprias perguntas e responder, querendo, às que aparecem no vídeo. É similar a uma reunião pelo correio, mas com a vantagem de ser muito mais rápida e de que um número ilimitado de pessoas pode participar.

Num desses programas é exigido que o interessado confirme que é membro de A.A. respondendo a um “questionário” antes de ter acesso à parte do programa que corresponde

a uma reunião fechada. Alguns dos terminais estão ligados eletronicamente a uma rede de comunicação para que, aqueles que se utilizam do sistema a nível local, possam aproveitar das experiências de AAs de regiões remotas, sem que para isto tenham de pagar tarifas de longas distâncias.

Considerando que os computadores são, por excelência, aparatos de comunicação, alguns programas já cumprem a função muito específica de informação ao público, oferecendo ao televidente informações sobre o que faz e o que não faz A.A. Isto nos leva a acreditar que novas aplicações da informática, até agora não imaginadas, poderão sugerir à proporção que o A.A. for adentrando a idade do computador.

No Brasil, por enquanto, estamos no cadastramento dos grupos e na etiquetagem de endereços dos assinantes do BOB e da Vivência. Se a canoa não virar, o ESG chega lá ...

Fonte: Box 459

Edição nº 7 – pág. 39 - 1988



VIVÊNCIA

PENSE NISSO:

Ser grato a quem salvou sua vida não é sentar numa cadeira e dizer palavras bonitas. O tempo da conversa mole acabou quando abandonamos os bares e botequins de esquina. A verdadeira gratidão é a que se mede pela qualidade da própria recuperação, e esta cresce na exata proporção em que conhecemos e aplicamos melhor o programa de A.A.

O informativo BOB e a Revista Vivência são os meios pelos quais Alcoólicos Anônimos expressa, consolida e aprimora sua unidade, sem o que sua força maior, a solidariedade, não teria condições de existir. Você pode não gostar da maneira com que são escritos, e até não concordar com algumas matérias publicadas. O que você não pode é ignorá-los ou abandoná-los. Peça uma assinatura. Estimule outros companheiros a fazerem o mesmo. Dê sugestões para melhorá-los.

Lembre-se: somente sua ação prática vai manter nossa voz viva. Palavras vazias de agradecimentos, nesta época de crise, são o mesmo que amordaçar a irmandade e lhe impor o silêncio.

Área Central de Serviços de A.A. de São Paulo

Edição nº 7 – pág. 40 – 1988

VIVÊNCIA

Os objetivos de nossa revista e suas dificuldades

Neste mês de novembro de 1989 a nossa revista completa o seu terceiro ano de existência. Ela foi criada com finalidade de **veicular o pensamento da comunidade sobre o programa e os princípios da Irmandade**, pensamento este externado na forma de depoimentos ou comentários sobre como cada um pratica o programa sugerido de A.A., e como os princípios têm sido assimilados e praticados em proveito próprio e em proveito da instituição como um todo.

Por outro lado, em se tratando de uma publicação acessível ao público em geral, a revista desempenha, também, o seu papel institucional na medida em que transmite a esse público o que é, o que faz, e o que deixar de fazer Alcoólicos Anônimos enquanto Irmandade. Neste particular é com indistintível satisfação que registramos sua plena aceitação, principalmente por parte da comunidade profissional que conosco comunga do mesmo propósito primordial, dentro de uma mesma visão e com a mesma abordagem acerca do problema do alcoolismo. Prova isto a constatação de que um quinto dos nossos assinantes é de membros dessa comunidade profissional, cuja colaboração nos tem chegado, também, na forma de artigos e de breves ensaios os quais, certamente, muito têm contribuído para um mais largo conhecimento da doença e da problemática do alcoolismo por parte dos próprios membros da Irmandade.

Assim, quanto à sua finalidade, não restam dúvidas de que a **Vivência** tem preenchido este duplo papel, em que pese o fato dos seus primeiros números haverem sido editados em caráter experimental. A nossa dificuldade não está, pois, na revista em si como publicação, mas na quase impossibilidade de mantê-la como órgão financeiramente autônomo dentro da estrutura de serviços considerados essenciais.

Sabem os que lidam no campo empresarial das comunicações, e nele no particular de jornais e revistas, que as publicações desse gênero **vão buscar** seus recursos financeiros na venda de espaço para a publicação de anúncios e de matéria de cunha institucional por parte de empresas e instituições. A **nossa revista**, muito embora tenha o público externo como destinatário, não pode, por força de um nosso **princípio tradicional**, buscar nessa fonte os recursos financeiros de que necessita. Neste caso é a própria Irmandade que terá de arcar com o sustento financeiro de sua revista, seja por meio de assinaturas seja por meio de venda avulsas por parte das Centrais e Intergrupais de Serviços.

No tocante a assinatura o nosso esforço tem sido desenvolvido através de mala-direta com a publicação de cupons no próprio corpo da revista, em folhetos e em formulários avulsos. Este sistema, no entanto, sofreu e sofre sérias dificuldades causadas pela inflação, cujo galope atropela e invalida o cartão-resposta, antes mesmo de ele atingir o provável assinante. A solução encontrada foi a de se fixar o preço da assinatura no valor correspondente a 1 (uma) OTN em vigor na data em que ela fosse feita. Vem agora o chamado Plano Verão e nos surpreende no exato momento em que anunciamos este procedimento e íamos providenciar a feitura dos cupons com este referencial de preços para a assinatura e para a venda de exemplares avulsos.

Assim, até que posteriores modificações venham a alterar as condições de mercado, resolvemos fixar o preço para assinatura anual em NCz\$ 7,00 (sete cruzados novos) e o do exemplar avulso em NCz\$ 1,40 (hum cruzado novo e quarenta centavos). Apesar desta e de outras dificuldades, o número de assinantes vem aumentando e aumentará muito mais ainda **quando cada um** fizer do seu companheiro, amigo, parente ou colega de trabalho mais um assinante da nossa revista...

VIVÊNCIA

Representante da Revista Vivência: A sua criação

A Comissão da Conferência que trata dos assuntos da Revista vivência teve aprovada pelo Plenário uma Recomendação no sentido de que cada Grupo, a exemplo da “AA Grapevine”, tenha um representante da Vivência. Estamos estudando a melhor maneira de pôr em prática esta Recomendação, tudo indicando que a maneira mais prática seja por intermédio dos Distritos, vale dizer, das áreas.

Edição nº 10 – pág. 40



VIVÊNCIA

VIVENDO A VIVÊNCIA

A Conferência recomendou, e nós adoramos a idéia, que cada Grupo tenha o seu Representante da **Vivência** que ficará conhecido de vocês como o RV, a exemplo do que acontece com a revista “Grapevine” do A.A. dos Estados Unidos. Por este motivo estamos perguntando quem vai ser o RV desse Grupo. A coisa é simples:

- O RV que pode ser um companheiro ou companheira é escolhido pelo Grupo. Não há pré-requisito de tempo de sobriedade e pode ser até mesmo o RI ou RSG. O importante é que o RV viva a **Vivência** e venda a idéia da **Vivência**.

- O RV é o vendedor da revista no seu Grupo e fora dele, cuidando de fazer assinaturas; de receber e encaminhar colaborações e eventuais reclamações de não recebimento de exemplares por parte dos assinantes. Tratar, enfim, de todo e qualquer assunto do interesse do leitor junto à revista, e desta junto ao leitor.
- Sugerir formas e maneiras de melhorar procedimentos. Por exemplo: a idéia de fechar o exemplar remetido ao assinante não foi nossa, mas de um leitor assinante. Idéias como esta podem melhorar os nossos serviços.
- Cuidar para que os membros do Grupo tenham sempre disponíveis os cupons para assinaturas. Como para a revista é difícil suprir todos os grupos com este material, o RV deve ser criativo: xerocar ou datilografar cupons. Não sendo isto possível, mandar os pedidos em letra de forma, indicando se a assinatura é nova ou renovação.
- Neste folheto há um cupom-resposta para que vocês indiquem o RV escolhido. Sugerimos que ele não seja trocado num espaço de tempo muito curto. Ele vai ser cadastrado em computador, e enquanto mais tempo permanecer neste cadastro melhor...

Agora que o RV foi escolhido, vamos dar a eles algumas informações que podem ajudá-lo no seu desempenho:

1. **A finalidade da revista** - A revista Vivência é um órgão de divulgação de A.A. não apenas entre seus membros, mas entre a sociedade de um modo geral. Atualmente cerca de 1/5 dos seus assinantes é de pessoas não-alcoólicas, predominando aquelas consideradas por nós como pertencentes à comunidade profissional. São médicos, psicólogos, assistentes sociais, administradores, técnicos na área de recursos humanos e até mesmo simples admiradores da nossa Irmandade.
2. **Administração da Revista** – Dentro de nossa estrutura de serviços gerais a revista é ÓRGÃO DA JUNAAB que para efeitos legais, é a sua proprietária. Atualmente ela é dirigida por quatro diretores, sendo um Diretor-Geral, um Secretário, um Tesoureiro e um Redator responsável escolhidos pela Junta de Custódios na qualidade de representantes da proprietária. Administrativamente a revista se subordina a um Regulamento Administrativo que faz parte dos estatutos da JUNAAB e nele constam as atribuições e a competência de cada diretor. (Em 1989)
3. **Distribuição** – A revista é distribuída por meio de assinaturas e de venda exemplares avulsos através das Centrais e Intergrupais de A.A. Todos os seus assinantes estão cadastrados eletronicamente, serviço este contratado com uma firma especializada. Assim, também, serão cadastrados os RVs.
4. **Dados Técnicos** – A revista Vivência tem sua medida estabelecida no formato de 21x15 cms. Miolo com 40 páginas impressas a uma cor e quatro capas impressas em duas cores. O papel utilizado é o off-set 75 grs. Para o miolo, e 170 grs. Para a capa que é plastificada. Para remessa aos assinantes a revista tem sobrecapa em papel Kraft, o que evita ser envelopada, caso em que o porte postal custaria o dobro.
5. **Periodicidade** – A revista é trimestral com edições saindo nos meses de março, junho, setembro e dezembro de cada ano. Sendo trimestral, a assinatura anual da revista cobre quatro exemplares e começa com envio do exemplar do número em circulação no período. Para quem desejar fazer coleção podem ser fornecidos números atrasados, assim considerados aqueles anteriores ao número em circulação. Preste atenção: Quando a revista era feita em Brasília e remetida a São Paulo para distribuição a empresa transportadora extraviou 300 exemplares do número 2 que, por este motivo, está, infelizmente, esgotado.
6. **Revistas de A.A. em outros países** – A nossa revista procura ter o mesmo padrão editorial de suas congêneres conhecidas e que são: “Grapevine” no Estados

Unidos, “Plenitud” do México, “El Mensaje” da Colômbia, “Compartimiento” da Guatemala, “La Respuesta” de Honduras, “Hálmstrád” da Islândia, “Regmaker” da África do Sul, “Roundabout” da Escócia, “Irgendwo AA” da Suíça (para a comunidade de língua alemã), “Insieme in AA” da Itália, e a “Ratkaisu” da Finlândia. Entre elas a Vivência é uma das melhores no seu aspecto gráfico, graças a sua diagramação e uniformidade da paginação.

Agora é Entrar em Ação! ...

Como é aconselhado em A.A. que primeiro as primeiras coisas, você, como o RV do Grupo, deve ser - se ainda não é – o **primeiro a assinar a Vivência**. Isto vai lhe permitir um total de conhecimento de cada edição. Por dentro e por fora. Além disso, você terá sempre informações atualizadas através da página “Vivendo a Vivência”, que sairá em cada edição. Muitas dessas informações dizem respeito diretamente ao seu desempenho como RV.

Feita a sua assinatura, você deve partir para a assinatura do Grupo. Qualquer grupo de A.A. grande, pequeno ou esquisito, tem condições de fazer uma assinatura, nem que para isso seja preciso corre uma, duas ou três sacolas. Converso isto com o Coordenador e com os seus companheiros. Temos certeza que eles vão concordar. Lembre-se, também, de que qualquer pessoa pode ser assinante da Vivência. Quanto mais, melhor...

Falando nisso, mais uma informação para você: quanto maior a quantidade de exemplares de uma edição, menor será o custo unitário do exemplar. Por que isto? Porque a despesa com diagramação, composição, paginação e impressão é a mesma, tanto para produzir um exemplar como produzir 1.000, 10.000 ou 20.000 quando o custo será aumentado apenas em função da quantidade de papel, máquina-operária e da tinta gastos em cada caso.

Estamos esperando por você.

Edição nº 11 – pág. 38



VIVÊNCIA

Um Treze sem azar

Chegamos com a presente edição ao número 13 da nossa revista. Há quem atribua a este número certo desfavorecimento, quando não um completo azar. No caso, haver chegado ao número 13 apesar de tantas dificuldades, a maior delas uma inflação que teve o seu ponto culminante nos meses de dezembro de 89 a março de 1990, pode ser considerado um completo sucesso e não azar. E o sucesso está no fato de que, com este número 13, chegamos a uma tiragem de 5.000 exemplares.

Com uma tiragem de 2.000, em 1986, entramos 87 com 3.000, passamos para os 4.000 em 1988 e, agora, para os 5.000 exemplares, neste primeiro semestre de 1990. Até 1987, o grosso da nossa distribuição era feito pelas Centrais e Intergrupais de serviços, já que a revista, por ser nova, era desconhecida por praticamente toda a comunidade A.A. A primeira listagem feita por computador acusava em 1988 um total de 895 assinantes. Agora,

a última listagem levantada para fins de controle da remessa deste número 13 acusa um total de cerca de 3.000 assinantes ativos.

O aumento da tiragem e do número de assinantes tanto pode ser creditado ao padrão editorial da revista quanto à política adotada de manter-se neste período inicial um baixo preço para a assinatura anual que corresponde a 4 exemplares. Esta política, entretanto, se por um lado favoreceu a difusão da revista, por outro desfavoreceu suas finanças já que a cada edição teve aumentado os custos de impressão, de postagem e de serviços de computação. Por este motivo, estamos agora reajustando gradualmente os nossos preços, com o fim de compatibilizá-los com os nossos custos reais cobrindo, assim, a defasagem verificada, notadamente durante o pico inflacionário no período citado.

Vale lembrar, mais uma vez, que nenhum jornal ou revista tem o seu custo coberto apenas com a venda de assinatura e de exemplares avulsos, mas pela venda de espaço para propaganda comercial, o que, no nosso caso, não nos é permitido, em razão dos nossos princípios tradicionais. Assim, é do apoio da comunidade A.A. que temos obtido os recursos necessários ao prosseguimento das nossas tiragens, e com este apoio chegamos a este número 13 que nada tem de azar, mas de boa sorte como demonstrado. Vamos em frente!...

Edição nº 13 – pág. 3

VIVÊNCIA

Nossa Caminhada

Não espere perfeição. Este aforismo aflorou da sabedoria de A.A.

A experiência mostrou-nos a desnecessidade de perfeccionismo. Basta crescer. Também não é preciso correr. Cada um tem sua cadência. Uns andam depressa. Outros vão devagar. O importante é não parar. Cair não tira o mérito de andar.

A recuperação vem naturalmente. Basta fazer a programação, dentro de nossas possibilidades, corretamente. A aceitação é a receita. É necessário aceitarmos a nós mesmos e aos outros. Entregamos nossa vida e nossa vontade aos cuidados de Deus na forma que O concebemos. Então, deixaremos de lutar contra qualquer coisa, inclusive o álcool. A sanidade estará restaurada. E aí, descortina-se maravilhoso itinerário diante de nós. Sem luta, sem ódios, sem rancores, sem retaliações.

É esta a filosofia de **VIVÊNCIA**. **VIVÊNCIA** existe para servir. Não tem opinião sobre assuntos alheios a Irmandade de Alcoólicos Anônimos e nem pretende entrar em qualquer controvérsia, dentro ou fora da Irmandade. Nosso objetivo primordial é o de levar a mensagem salvadora de A.A. ao alcoólico sofredor.

A sobriedade só tem sentido se for partilhada com outros. Aliás, este é o método mais eficiente para nos conservarmos sóbrios. Quando tudo falha, esta opção funciona. Não podemos desperdiçar energias inutilmente. Outros alcoólicos morreriam, se o fizéssemos. E quando qualquer um, seja onde for, estender a mão pedindo ajuda, queremos que a mão de A.A. esteja sempre ali. Por isso, nós somos responsáveis.

Assumamos a nossa responsabilidade. Caminhemos juntos. Aceitemos aquilo que não podemos modificar. Vamos ajudar o órgão de divulgação de nossa mensagem. **VIVÊNCIA** precisa de todos. Toda ajuda é bem-vinda. Queremos somar. Jamais dividir.

Qualquer tolo pode quebrar um valioso jarro de porcelana chinesa do Século V. Muitos de nós, quando bêbados, quebrávamos tudo o que encontrávamos pela frente. Não nos apercebíamos que aqueles quebra-quebras simbolizavam a nossa própria destruição.

Unamo-nos. Sem UNIDADE, o A.A. morrerá. E nós, também. De nossa UNIDADE dependem as nossas vidas e as vidas dos que estão por chegar.

Editorial

Edição nº 15 – pág. 3

VIVÊNCIA

SEIS ANOS DE LUTA

Em 1985, a Junta de Custódios reunia-se, quase sempre, em Baependi, Minas Gerais. A Junta criara, de acordo com o Manual de Serviços então em uso (tradução do Manual de Serviços americano/canadense), diversos comitês para assessorá-la.

Há muito se sentia a carência de órgão de divulgação da mensagem ao nível de público. O A.A. brasileiro crescia, estruturava-se. Trabalhava-se arduamente num Manual de Serviços adaptado à nossa realidade. Mas faltava uma revista capaz de levar a mensagem de A.A. aos profissionais, aos possíveis alcoólicos e seus familiares e para ajudar na manutenção de nossa **UNIDADE**.

O Comitê de Literatura, numa dessas reuniões, sugeriu à Junta autorizar o companheiro Aragão a tirar uma edição experimental: seria o número **Zero**, marco inicial desta jornada.

A revista foi lançada em novembro de 1985, durante o Seminário de A.A. do Centro-Oeste, em Campo Grande – MS, com o nome de Revista Brasileira de A.A.. Sucesso total. Os cinco mil exemplares foram quase todos vendidos em tempo recorde. A revista era viável.

Na primeira reunião de 1986, a Junta de Custódios nomeava uma diretoria para a revista, à frente o Companheiro Chaves. A revista passou a chamar-se **VIVÊNCIA**. Era editorada e impressa em Brasília e distribuída pelo ESG, em São Paulo. Posteriormente, a distribuição também passou a ser feita pelos companheiros brasilienses. Tateava-se. Experimentava-se. Procurava-se resolver os problemas emergentes. **VIVÊNCIA** crescia, tomava corpo, entrava na adolescência, expandia-se.

VIVÊNCIA é órgão executivo da JUNAAB. Sua sede é a da JUNAAB. Como a JUNAAB é organismo nacional, a Junta de Custódios pode autorizar o funcionamento de seus órgãos executivos em qualquer parte do país. Assim, a revista nascida em Campo Grande passou por Brasília e, a partir de outubro de 1990, instalou-se em Fortaleza.

Hoje, aos seis anos de idade, **VIVÊNCIA** é auto-suficiente e, inclusive, contribui, mesmo modestamente, para ajudar nas despesas do ESG. Ultrapassou os três mil assinantes. As vendas avulsas transpuseram o patamar dos mil e quinhentos exemplares e já se aproximam dos dois mil. Vem sendo publicada religiosamente ao fim de cada trimestre.

O sucesso de **VIVÊNCIA** reflete o crescimento, a pujança do A.A. brasileiro. O êxito de **VIVÊNCIA** é o de milhares de colaboradores anônimos ausentes do expediente da

revista. A direção da revista faz a menor parte. O mérito é de quem compra, assina, lê, divulga, dá suporte para que **VIVÊNCIA** permaneça viva e atuante no cenário de A.A. brasileiro, com destaque especial para os RVs.

Ao comemorar o sexto aniversário, **VIVÊNCIA** parabeniza todos os companheiros deste imenso Brasil na certeza de que não lhe faltará apoio para prosseguir sua jornada. Muito Obrigado.

Revista Vivência nº 18, pág. 8

VIVÊNCIA

Sugestões Editoriais sobre a Vivência:

VIVÊNCIA publica matéria dirigida aos membros de Alcoólicos Anônimos, à comunidade profissional e ao público em geral. Trata, preferencialmente, de assuntos ligados ao alcoolismo e aos Três Legados de A.A.: **Recuperação, Unidade e Serviço**.

VIVÊNCIA é publicada com autorização da Conferência de Serviços Gerais, mas seu conteúdo não se confunde com a literatura aprovada pela Conferência.

VIVÊNCIA tem, no momento, apenas 40 páginas. Não pode abrigar artigos muito longos. Uma página corresponde a 42 linhas datilografadas. O tamanho – ideal de um artigo é de 84 linhas. Para assuntos técnicos, da lavra de profissionais, aceitam-se até 168 linhas. Naturalmente, isso não é milimetrado. Algumas linhas a mais não criam problema.

As virtudes cardeais de qualquer escrito são: **clareza, concisão e correção**. Sugere-se redigir o texto em linguagem simples, sem interpolações, frase curta e direta, evitando-se palavreados ininteligíveis, redundantes e de duplo sentido. Matéria clara, qualquer pessoa entende. Texto obscuro precisa ser analisado, decomposto para ser entendido. O leitor não deve ser obrigado a decifrar charadas.

Consegue-se a **concisão evitando-se os “mas”, “poréns”, “todavias”, “portantos”, “porquês”, “hajas vistas”** e outras expressões quase sempre dispensáveis sem prejuízo da clareza. O uso abusivo de “**quês**” empobrece o texto. Sempre se pode substituir um “**quê**” por uma oração reduzida.

Toda matéria é submetida à revisão ortográfica e gramatical por revisor profissional.

“O exemplo não é a melhor maneira de convencer, é a única”.

É melhor você dizer como fez do que ensinar a fazer. Conte como você fez um dos Passos, como aplicou as Tradições, como foi sua recuperação, sua experiência de serviço, quais os resultados alcançados em suas abordagens, na formação de um grupo ou de um órgão de serviço, diga como está seu crescimento espiritual e emocional. Todo mundo sabe como é um bêbado. O de que precisamos é mostrar e demonstrar como se consegue a recuperação em A.A. Este é o objetivo de **VIVÊNCIA** e de Alcoólicos Anônimos: levar a mensagem ao alcoólico sofredor. Abrir-lhe as portas da esperança, a perspectiva de uma vida digna, útil, alegre, feliz, descontraída, livre das algemas do alcoolismo. Cultivar a atração, jamais a promoção. Os louvores, elogios e encômios à nossa programação devem ser deixados para nossos amigos não-alcoólicos. A nós, membros de A.A., cabem-nos contar nossa história, o que é muito mais convincente do que todas as apologias.

VIVÊNCIA

SOMOS TODOS VENDEDORES:

Venda é troca de bens, geralmente mercadorias ou serviços, por dinheiro. Dinheiro é bem fungível utilizado para avaliar todos os demais produtos disponíveis no mercado.

A disputa pela clientela cria sofisticadas técnicas de vendas. Mas uma coisa é certa: toda venda visa a satisfazer uma necessidade do comprador.

Servirão estas técnicas de vendas para levar a mensagem de Alcoólicos Anônimos aos que dela necessitam? A sobriedade não é bem avaliável em dinheiro. Portanto, não pode ser vendida. Isto é conclusivo. Acrescente-se o fato de o programa de A.A. ser processo espiritual caracterizado pela renição incondicional do doente alcoólico diante de sua impotência perante o álcool. Está decidido: técnicas de vendas não servem para “vender” a mensagem de A.A.

Nada custa, todavia, usar algumas dessas técnicas na aproximação daqueles a quem vamos abordar. Se não ajudar, pelo menos não prejudica.

Eis algumas delas:

ESTUDAR PROFUNDAMENTE O PRODUTO:

Não podemos vender o desconhecido. Esta é a primeira e fundamental regra da venda. Nosso produto é o programa de recuperação de A.A. Quanto mais o conhecermos, melhores serão as oportunidades de transmiti-lo, quase diria vendê-lo, para satisfazer a necessidade vital de quem nos procura tentando recuperar-se do alcoolismo. Este conhecimento é essencial. Adquirimo-lo freqüentando as reuniões de grupo, participando, vivenciando o programa, estudando a literatura. Quanto melhor for nossa recuperação, maiores as possibilidades de compartilhá-la.

SER BREVE, CLARO E HONESTO:

Quem já não teve a desagradável experiência de receber um vendedor daquele que decoram o texto demonstrativo do produto e o vomitam, sem piedade, de uma vez, em cima do freguês, sem lhe dar tempo para respirar? Palavreado balofo a nada leva. O melhor é ir diretamente ao assunto. Contar, em poucas palavras, como éramos quando estávamos bebendo, e como somos agora, depois de alcançar a sobriedade em A.A. Explicar, brevemente, aquilo que Alcoólicos Anônimos pode fazer pelo alcoólico, qual sua possibilidade de recuperação e como se pode viver alegremente sem bebida.

SER SIMPÁTICO – SORRIR

A simpatia abre todas as portas. Nada pior que o ar professoral de quem tudo sabe ou pensa saber. Não existe alcoólico tolo e qualquer pessoa, máxime o bebedor, tem idéias próprias e não está disposto a mudá-las somente porque pensamos ter mais conhecimento do que ele a respeito do alcoolismo. Lembremo-nos de que ele é, também, alguém vivido e sofrido.

NÃO DISCUTIR:

Isto é primordial. Vendedor discutindo com o cliente pode até “vencer” a discussão, mas perde a venda. Os profissionais de vendas experientes fogem da polêmica como o diabo foge da cruz. Por que provar ao abordando estar ele completamente errado, que somos sabichões, mas inteligentes, doutores em alcoolismo? Um pouco de humildade nunca é demais. Procuramos, na nossa abordagem, encontrar os pontos convergentes, descobrir nossas semelhanças, respeitando sempre a opinião do interlocutor. Estamos tratando com pessoa gravemente doente e, muitas vezes, apegada ao fenômeno da negação: “Bebo quando quero e paro quando quero”. “Não sou alcoólatra”. “Só bebo nos fins de semana”. “Não tenho nenhum problema com bebida”. “A culpa é da mulher, do marido, do patrão, da crise, da situação mundial”. São desculpas, todos o sabemos, pois já as usamos. Mas, no mundo fantasioso do alcoólico, estas evasivas adquirem foros de verdades indiscutíveis.

SER BOM OUVINTE:

A crise maior do mundo moderno é a da solidão. Estamos todos muito ocupados com nossos próprios afazeres, sem disponibilidade para nos interessar pelos problemas do próximo. Nada mais simpático do que ouvir. Tenhamos paciência para ouvir com atenção e respeito ao nosso entrevistado, mesmo na concordando com ele. Temos dois bons ouvidos e somente uma boca. Deveríamos ouvir duas vezes mais do que falamos. Todo mundo se sente importante quando merece atenção. E ouvir é, provavelmente, a maior das homenagens prestadas a quem conosco conversa.

INFORMA-SE SOBRE OS INTERESSES DA PESSOA:

Para entabular boa conversa, nada melhor que se inteirar dos interesses da pessoa. Falar de futebol com quem gosta de futebol; de música com quem gosta de música; de culinária com quem gosta de cozinhar. Se possível, informar-se dos interesses do possível candidato à recuperação antes de falar com ele. Tratá-lo pelo nome e incentivá-lo a falar de si mesmo. Isto gera empatia, ajuda a ganhar confiança, abre as portas do coração.

FINALMENTE – Estas são regras de ouro:

Não julgar - O julgamento pertence a Deus.

Não culpar – Quando ocorre um acidente, primeiro socorre-se a vítima e somente depois se procuram os culpados.

Só dar opinião se for perguntado – Manter a conversa a nível impessoal evitando juízos de valores capazes de gerar controvérsias. Às vezes, o abordando procura estribar-se nos nossos conceitos (e como o alcoólico é mestre nisso) para justificar projetos pessoais nem sempre recomendáveis.

Pedir assistência do Poder Superior – Na verdade, não vendemos nem damos sobriedade a ninguém. Somos apenas instrumentos do Poder Superior, para levar a mensagem de A.A., e isto já é um grande privilégio. Façamos a nossa parte e deixemos o resultado aos cuidados do Poder Superior.

E boas abordagens.

Luiz Derval
Edição 21 – pág. 30

VIVÊNCIA

VIVÊNCIA MUDA DE ENDEREÇO:

A próxima edição já será impressa e distribuída em São Paulo, sede da Junta de Serviços Gerais de Alcoólicos Anônimos – JUNAAB – e, portanto, sede de **Vivência**.

Esteve em Fortaleza de 14 de outubro de 1990 até agora. Em Fortaleza, editados e distribuídos os números 14 a 24, todos, graças ao Poder Superior, religiosamente dentro de cada trimestre.

Vivência saltou, nesse período, de 1.500 para 5 mil assinaturas. Depois, houve retração. Estamos com cerca de 4 mil assinantes.

Não foi difícil fazer **Vivência** em Fortaleza. Recebemos apoio incondicional da Junta de Custódios, da Conferência e de todos os órgãos de serviço, salvo raríssimas exceções. Não podemos esquecer a inestimável colaboração dos nossos dedicados RVs (Representante da Vivência) e de inúmeros amigos da revista que, nos mais remotos rincões deste imenso Brasil, se desdobraram para colaborar conosco. A todos, o nosso mais profundo agradecimento.

Vivência está entregue a uma equipe competente, experiente, dedicada, responsável. Mesmos assim, continua precisando da ajuda de todos. É o nosso pedido, na hora da despedida. Para sobreviver, **Vivência** necessita continuar recebendo este entusiástico suporte de toda a Irmandade. Não é fácil manter uma revista sem anúncios e sem outros aportes financeiros (7ª Tradição). **Vivência** precisa continuar levando a mensagem de A.A. ao alcoólico que ainda sofre; fortalecendo a sobriedade daqueles que estão em recuperação; divulgando o A.A. junto ao grande público, principalmente junto às classes profissionais; registrando, para as gerações futuras, a atualidade do A.A. brasileiro; levando nossas experiências, forças e esperanças a quantos delas necessitem. Sem apoio integral da comunidade de A.A., isso não seria possível.

Vamos ajudar **Vivência**.

Vamos crescer.

Com uma média de dois assinantes por grupo, **Vivência** teria o dobro de assinaturas. Seria isto meta inatingível? Não! É coisa perfeitamente viável. Basta entusiasmo, trabalho, otimismo.

Vivência está definitivamente integrada no cenário do A.A. brasileiro. O trabalho de **Vivência** na divulgação da mensagem de A.A. é incalculável. Poucos podem avaliar os resultados desse labor. São 6 mil exemplares circulando por todo este imenso Brasil, às vezes em regiões de difícil acesso, quase inteiramente desassistidas. Mas **Vivência** chega lá, levando orientação, consolo, esperança, esclarecendo pontos duvidosos, difundindo o programa de recuperação, unidade e serviço. Atingiu o exterior. É nosso cartão de visitas e motivo de justo orgulho para todos nós.

Vivência precisa subsistir. E isto depende exclusivamente de você. Faça sua parte. A nova equipe de **Vivência**, com ajuda do Poder Superior fará o resto.

Muito obrigado. E o adeus saudoso e agradecido da equipe que se despede.

Edição nº 24 – pág. 40



VIVÊNCIA

DOZE MANEIRAS DE USAR VIVÊNCIA

Sente-se ressentido, confuso ou simplesmente aborrecido? Gaste alguns minutos com **Vivência**. Sua leitura lhe dará nova perspectiva do seu problema de bebida, do A.A. e de você.

Para milhares de leitores, em milhares de grupos, no Brasil e no exterior, **VIVÊNCIA** é mais que uma revista. É parte vital deste programa que ajuda homens e mulheres a levar uma vida feliz e produtiva sem o álcool.

VIVÊNCIA é um informativo inspirador, mensageiro simpático e prestativo como um membro ou pessoa amiga – ou mesmo um grupo de AA de qualquer tamanho. É particularmente útil no apadrinhamento.

Que ter acesso aos Passos e Tradições? **VIVÊNCIA** não pode lhe dizer o que fazer, mas certamente pode lhe mostrar a experiência de outros.

Eis algumas formas práticas que demonstram como **VIVÊNCIA** é útil para muitos companheiros e grupos.

AJUDANDO AOS COMPANHEIROS INDIVIDUALMENTE

1. É uma reunião escrita.

VIVÊNCIA é a solução ideal para quem não pode assistir às reuniões regularmente. Compacta, de fácil leitura, a cada bimestre, publica a essência do que de “melhor” você poderia esperar de uma reunião.

2. É o presente ideal.

Para um companheiro ou amigo poucos presentes podem ser mais apropriados do que uma assinatura de **VIVÊNCIA**. É uma lembrança continuada de sua atenção e fonte de prazer e de inspiração para o presenteado.

3. Preparando palestras.

Procurando idéias para fazer uma palestra interessante?

Você encontrará na leitura de **VIVÊNCIA**: histórias pessoais, artigos interpretativo, anedotas, noticiário de A.A. do Brasil e do mundo, opiniões de médicos sobre o alcoolismo e o programa de recuperação oferecido pelo A.A. e muitas outras matérias.

4. Informações.

Como A.A. está chegando aos hospitais e prisões? O que é a Conferência de Serviços Gerais e o que ela significa para os membros de A.A. individualmente? E quanto ao A.A. no resto do mundo? **VIVÊNCIA** traz o mundo para sua casa e o mantém sempre atualizado.

5. É um Fórum.

Quer transmitir uma idéia? **VIVÊNCIA** lhe dá uma visão tão ampla quanto possível de A.A. como um todo, onde você e seus companheiros podem permutar histórias, pontos de vista e interpretações do programa de recuperação.

6. Companheira nas abordagens.

Permita que **VIVÊNCIA** mostre ao recém-chegado o que A.A. realmente é – uma maravilhosa comunidade humana de mais um milhão de homens e mulheres em todo o mundo, unidos no propósito comum de permanecerem sóbrios e ajudar outros a alcançarem a sobriedade.

AJUDANDO AOS GRUPOS

7. Reuniões temáticas mais produtivas.

Grupos de todo o Brasil estão usando artigos de **VIVÊNCIA** para discussão em reuniões temáticas. Com **VIVÊNCIA**, os membros ficam mais bem preparados para tais reuniões, capazes de contribuir mais construtivamente.

8. Experiência acumulada.

Você pensa que seu grupo tem problemas? Não se preocupe. Procure inteirar-se das inúmeras experiências de grupos publicadas freqüentemente em **VIVÊNCIA**. É uma forma construtiva de manter seu grupo sintonizado com as Tradições.

9. Uma aliada no AA Institucional.

Existe alguém no seu grupo apadrinhando (ou pretendendo apadrinhar) um grupo em hospital ou numa prisão? Uma assinatura de presente será profundamente apreciada por homens e mulheres com limitados contatos com o mundo exterior.

10. Ofertada ao recém-chegado.

Muitos grupos usam **VIVÊNCIA** como importante ajuda para os programas de apadrinhamento. Encorajam os recém-chegados a ler a revista, a discutir e fazer perguntas sobre os assuntos lidos. Alguns grupos oferecem gratuitamente uma revista a cada visitante.

11. Ligação com a Irmandade.

A.A. vem crescendo muito em todo o mundo. Seu Grupo, seu Distrito ou Área está experimentando as dores do crescimento? Muitas soluções podem ser encontradas através das experiências compartilhadas em **VIVÊNCIA**.

12. Arquivo da História de AA.

VIVÊNCIA espelha os acontecimentos da irmandade de Alcoólicos Anônimos no momento atual. É uma preciosa coleção da experiência acumulada ao longo dos anos.

Procure o RVD, **RV** do seu Grupo ou ligue para o ESL.

Extraída da **Revista Vivência** nº 25 julho/agosto/setembro 1993