

# gaceta

plenitud AA<sup>®</sup>

EL RESPLANDECIENTE  
LUGAR DE NUESTRA VIDA



VOLUMEN

8

NÚMERO

28

VERANO

2022

NUEVA ÉPOCA



## CONTENIDO DE ESTA EDICIÓN

**p. 3**

**Encuentro Nacional de Coordinadores de Plenitud AA 2022, resumen de resultados de la revista y productos**

---

**p. 15**

**Planificación de cambios y período de transición**

---

**p. 16**

**Libros *El lenguaje del corazón* y *Nuestra gran responsabilidad***

---

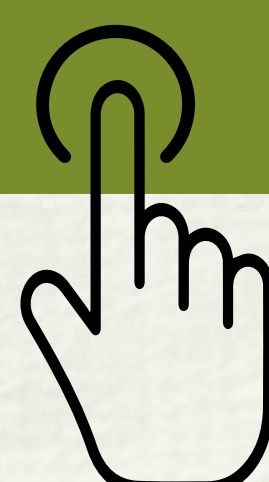
**p. 17**

**Objetivo principal de la revista: ser un escaparate de resultados**

---

Recuerda que puedes consultar la edición anterior, primavera 2022, en:

[https://mail.plenitudaa.org.mx/assets/gacetas/  
Gaceta\\_27.pdf](https://mail.plenitudaa.org.mx/assets/gacetas/Gaceta_27.pdf)





# 45.º aniversario de la revista *Plenitud AA*

## **ENCUENTRO NACIONAL DE COORDINADORES DE PLENITUD AA 2022, RESUMEN DE RESULTADOS DE LA REVISTA Y PRODUCTOS**

Muy apreciados compañeros: acepten por favor nuestros mejores deseos por su bien bajo el cuidado de Dios.

Recientemente celebramos nuestro Encuentro Nacional de Coordinadores de Plenitud AA 2022, en el marco de la celebración del 45.º aniversario de nuestra revista nacional, *Plenitud AA*, a la que asistieron 76 coordinadores de las 83 áreas de esta estructura, así como los integrantes de la Junta Directiva de la Oficina Plenitud AA, se-



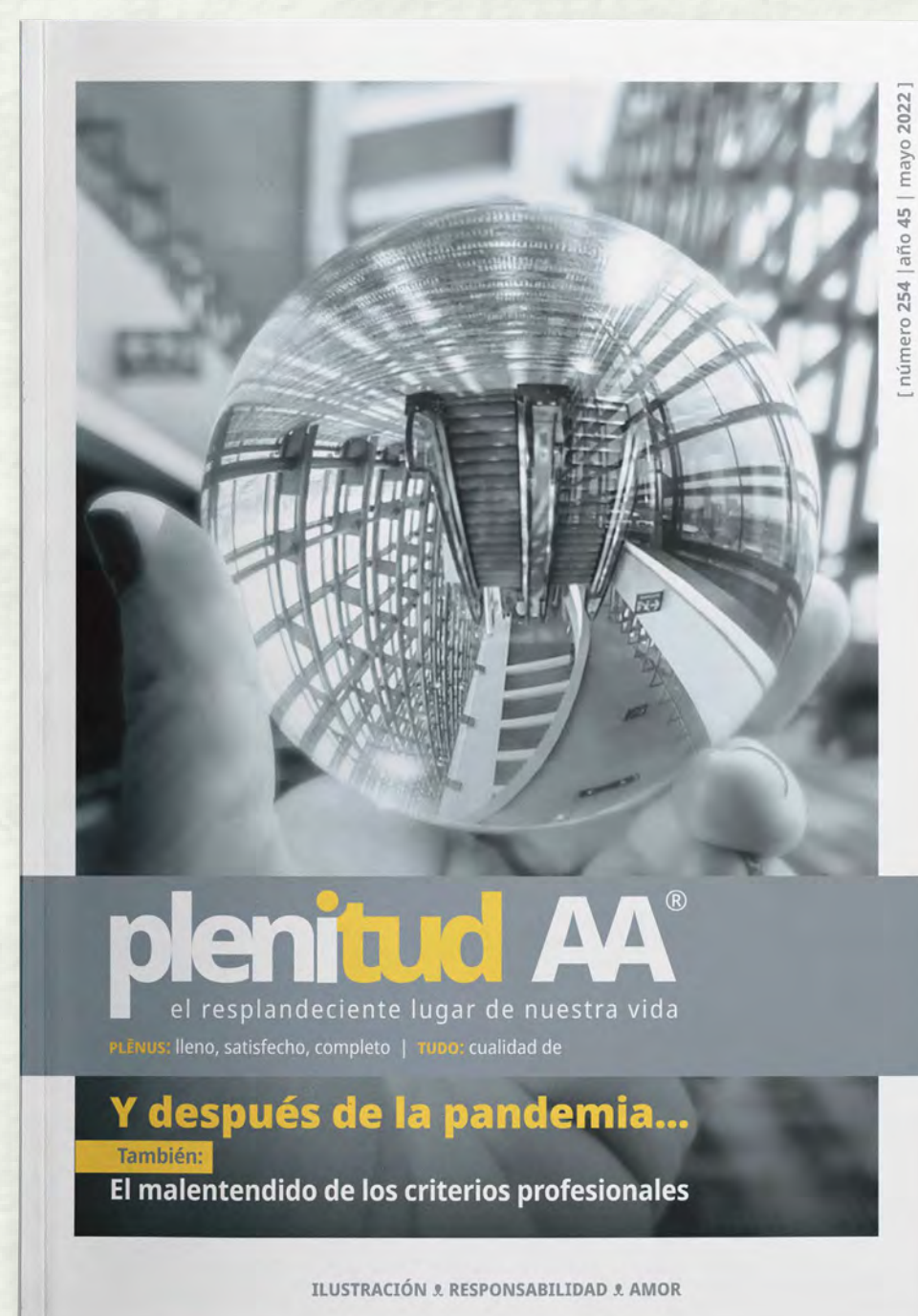


cretarios voluntarios, los delegados de área que integran el Comité de Plenitud AA de la Conferencia, y, desde luego, los empleados que sirven de tiempo completo a la comunidad de A.A. en la Oficina Plenitud AA.

La decidida aprobación con que la mayoría de los miembros de la comunidad ha recibido la nueva línea editorial de nuestros productos, tanto en diseño como en contenido, nos llena de alegría y gratitud. Es mucha la dedicación que nuestro Departamento Editorial —un serio taller de diseño— ha puesto en ello, y los resultados son muy alentadores: desde la revista número 253 hasta la última, la 255, la comunidad misma nos ha hecho incrementar su tiraje de 42 mil a 45 mil a 47 mil ejemplares, agotándose la totalidad de la producción *en menos de quince días cada una*.



**42 000**  
núm. 253



**45 000**  
núm. 254



**47 000**  
núm. 255



El número de suscriptores suma ahora casi  
**28 000**  
unos ocho mil más desde la núm. 253.



Este es un cambio decisivo, tanto por la calidad de nuestra revista y la totalidad de nuestros productos como para la salud financiera de nuestra automantenida Oficina Plenitud AA. Véamoslo con mayor atención.

Recientemente, durante una visita de nuestros compañeros del área Distrito Federal Norte, se nos preguntó por el número aproximado de ejemplares que anualmente imprime la Oficina Plenitud AA: casi trescientas mil.

La presente administración recibió en el 2021 más de doscientos mil ejemplares rezagados; esto es, *más de dos tercios de la producción anual* no se distribuían —no obstante que las aportaciones de la comunidad hacia la O. S. G. se incrementaron durante la pandemia—. La 55.<sup>a</sup> Conferencia Mexicana de Servicios Generales veía la revista *Plenitud AA* (y la oficina) como un serio problema.

«Los diversos problemas que nos aquejaban y la falta de espiritualidad eran las dos caras de una misma moneda».

«Hay muchos tropiezos por desconocimiento de los principios».

«No tenemos buena comunicación con los profesionales».

«Que se realice un nuevo diseño, con altos estándares de calidad, atractivos y renovados».

«Falta de lectura y contenido de nuestra revista».

«Uno llora por falta de espiritualidad».

«Considero que Plenitud está en decadencia».

**Comentarios de los coordinadores del Comité de Plenitud AA durante el Encuentro 2021**



Gracias al esfuerzo conjunto de la planificación estratégica elaborada por la Junta Directiva y del entusiasmo de las áreas, de los más de doscientos mil ejemplares de números anteriores, ya solo nos quedan unos ochenta mil (de los números 239 al 248); pero estamos seguros de que el cariño de los compañeros por su revista nos ayudará a dejar atrás el suelo en que parecían hundirse nuestros pasos hacia el futuro.

A continuación, les presentamos los números aún disponibles y el número de ejemplares (datos del 28 de junio del 2022):

<b>núm. 239</b> <b>70</b>	<b>núm. 240</b> <b>14</b>	<b>núm. 241</b> <b>5 888</b>	<b>núm. 242</b> <b>11 526</b>

<b>núm. 243</b> <b>11 618</b>	<b>núm. 244</b> <b>8 792</b>	<b>núm. 245</b> <b>9 337</b>	<b>núm. 246</b> <b>10 360</b>

<b>núm. 247</b> <b>11 200</b>	<b>núm. 248</b> <b>11 997</b>



Y otra buena noticia: además de los paquetes especiales que pueden adquirir las áreas por mayoreo, *también tú* puedes contribuir a transmitir el mensaje con la revista *Plenitud AA* adquiriendo ejemplares de las revistas anteriores.

**Adquiere suscripciones adicionales  
y también números anteriores.  
Haz amigos de A.A.**

# *Pasa el mensaje con Plenitud AA*



# 10

números  
anteriores  
disponibles  
de  
experiencia,  
fortaleza y  
esperanza.

Hasta agotar existencias



Respecto de nuestra nueva línea editorial, durante el pasado Encuentro, el comentario de un compañero coordinador en el salón Navarra resume el sentir mayoritario (confirmado por correos electrónicos y llamadas que hemos recibido en la oficina):

**«Esta nueva línea marca un parteaguas; un *antes* y un *después*. Personas no alcohólicas que la han visto dicen que está muy bien estructurada, y que hasta debería costar más».**



Recibimos incluso la llamada de Tom, un compañero angloparlante (con conocimientos de español) radicado en Estados Unidos, preguntándonos cómo podía subscribirse él también a la nueva revista.

También escuchamos con atención las voces que expresan un sentir distinto. Gracias a ellas, se fomenta el *debate* y todos valoran *el peso y la validez de los fundamentos* de los puntos de vista expuestos —que no debieran obedecer a la

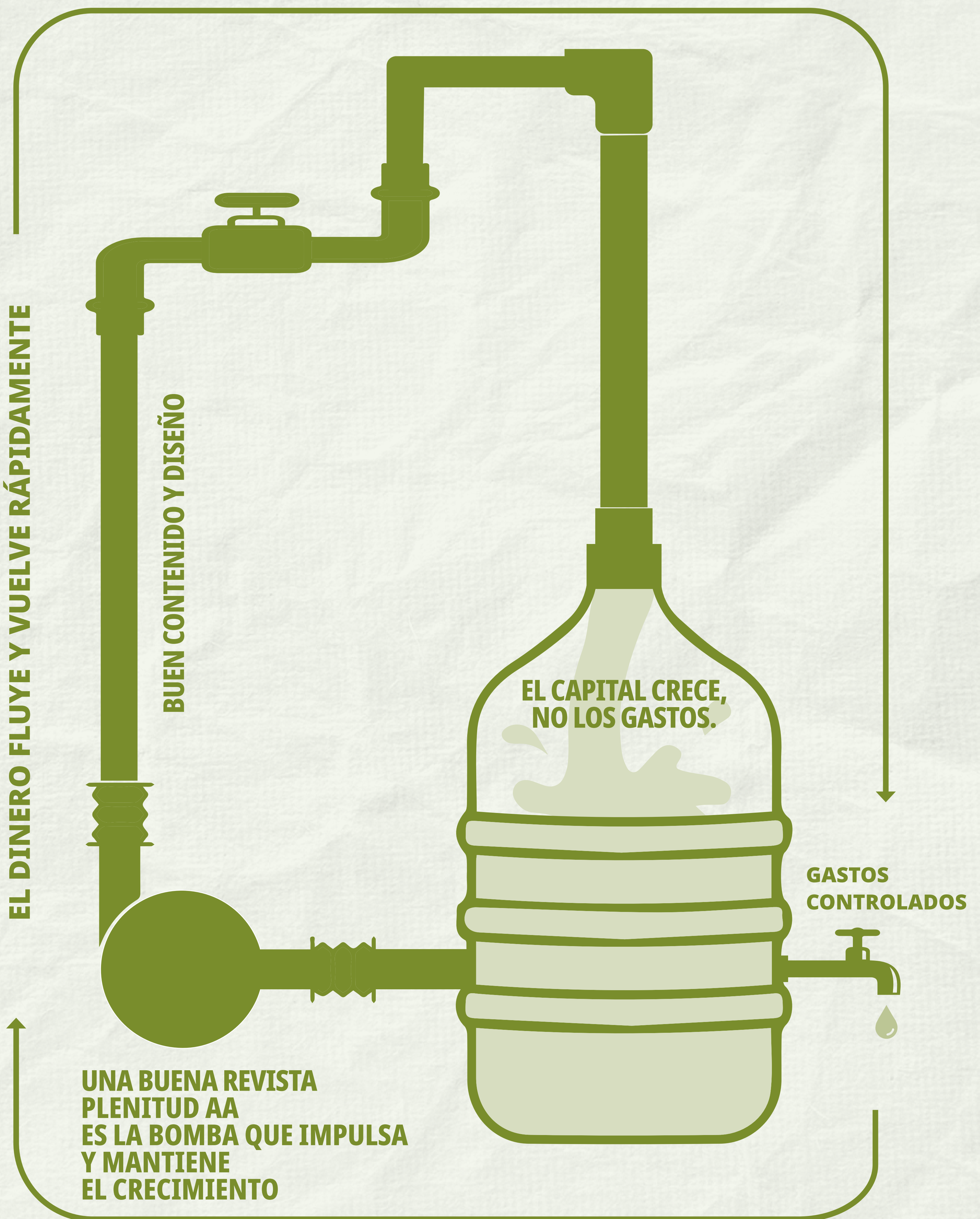


emoción espontánea, a la reacción sentimental ante afirmaciones no demostradas, ni a la anteposición de personalidades—. «Después de todo —afirma Bill—, **el debate es la base de la democracia**», sin perder de vista, claro está, que dicho debate debe estar bien informado en todos los aspectos involucrados (técnicos, legales, tradicionales, etcétera) y consciente del alcance de las consecuencias que tendrán las decisiones que se tomen. «**Lo esencial será siempre contar con un *buen criterio***» —nos dice Bill— y tener muy en claro el objetivo (y las motivaciones) de tal debate. Solo así puede alcanzarse la **consciencia colectiva auténticamente entendida en el asunto**, sobre todo tratándose de quienes están *comprometidos* con el propósito de la revista; que *la desean y entienden la seriedad de sus objetivos*.





El rápido desplazamiento de un producto es financieramente saludable y asegura la preservación de la Oficina Plenitud AA, así como de los servicios que ofrecemos a la comunidad; *el dinero fluye y vuelve muy rápidamente*; no se queda «estancado» en productos que no se desplazan —porque, evidentemente, *no son de interés*.





Y esto lo logramos trabajando todos en equipo, en un ambiente fraterno y entusiasta: coordinadores, integrantes del Comité de Plenitud AA de la Conferencia y de la Junta Directiva de la Oficina Plenitud AA, trabajadores en la Oficina Plenitud AA, y, por supuesto, nuestros queridos compañeros en todo el país, *quienes son la razón de ser de estos servicios.*

Como ya anteriormente les habíamos informado, estamos progresando rápidamente en la implementación de la nueva línea editorial para todos los productos Plenitud AA. Hace un año, la Junta Directiva de la Oficina Plenitud AA estableció entre los objetivos de su Plan Estratégico 2021–2022 **una revisión de fondo del contenido de nuestros productos**, para asegurarnos de cumplir con

- el marco legal que establece la Ley Federal de Derecho de Autor;
- el objetivo original de la revista;
- la firme adhesión a nuestros fundamentos;
- la renovación de nuestra identidad de marca, y,
- como todo inventario —nos dice Bill—, *sin lamentarlo*, estar dispuestos a retirar lo que *no nos sirva o no contribuya a los objetivos de servicio.*

Un caso que requiere ser ampliamente explicado **entre los miembros de nuestra comunidad** es la colección denominada *Lo mejor de la revista Plenitud AA*, que se distribuyó en 13 volúmenes (erróneamente llamados «compendios»). Se hizo un estudio mercadotécnico, tanto de su patrón de desplazamiento, su producción inadecuadamente planificada, y de su contenido



(irregular en algunos casos, que forzosamente deben retirarse), y se presentó un proyecto para regularizar y optimizar este producto. Se observó que hay volúmenes que definitivamente son de muy escaso (o nulo) interés en la comunidad. En los peores casos, se prospecta que algunos volúmenes buenamente se desplazarían en cinco años. Eso son malas noticias para la salud financiera de la Oficina Plenitud AA, porque es dinero estancado. Un motivo por el que la revista (y otros productos) de Plenitud AA no reciben donativos de la comunidad (ni son aprobados por la Conferencia) es que puedan desecharse si no son necesarios.

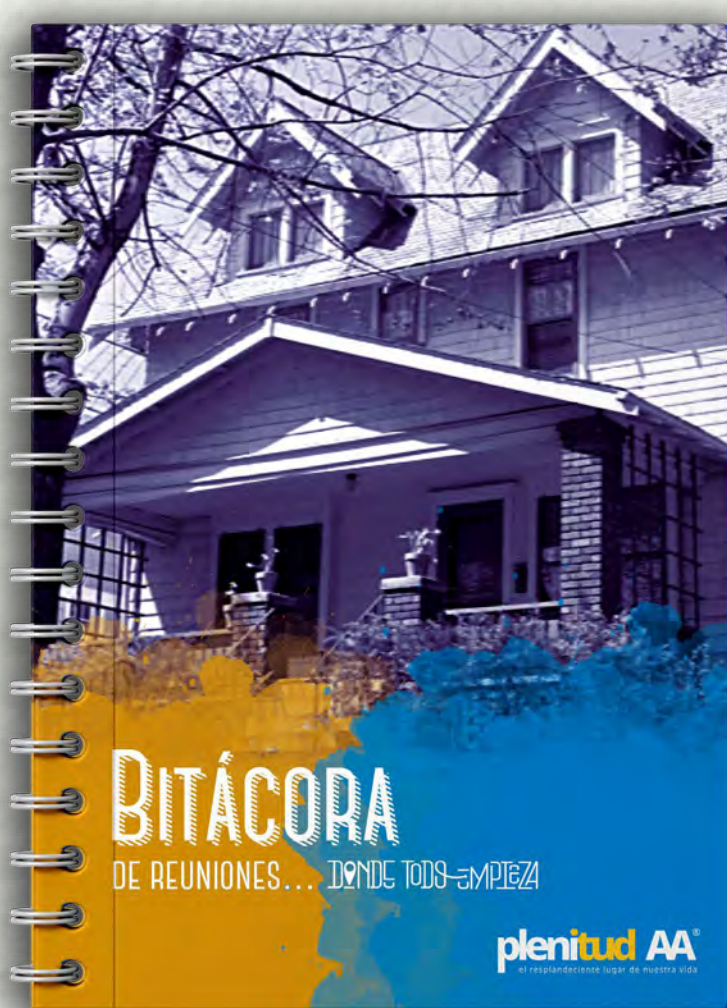
Por lo anterior, la Junta Directiva de la Oficina Plenitud AA aprobó el proyecto de reestructurar *Lo mejor de la revista Plenitud*, de manera que, conforme a nuestras estadísticas de desplazamiento, se elabore una serie no solo mejor diseñada exteriormente, sino ajustada al interés real de los miembros. Se trata, por lo tanto, de una obra nueva que debe registrarse ante INDAUTOR, con nuevos I. S. B. N.

En resumen, los tomos de *Lo mejor de la revista Plenitud AA* ya no se reimprimirán tal como hasta ahora se conocen. Esto significa que no hay desabasto de este producto. Por favor, ayúdenos a promover los tomos que aún están disponibles entre quienes deseen completar su colección, que ya pertenece a una etapa de la historia de los productos Plenitud AA.

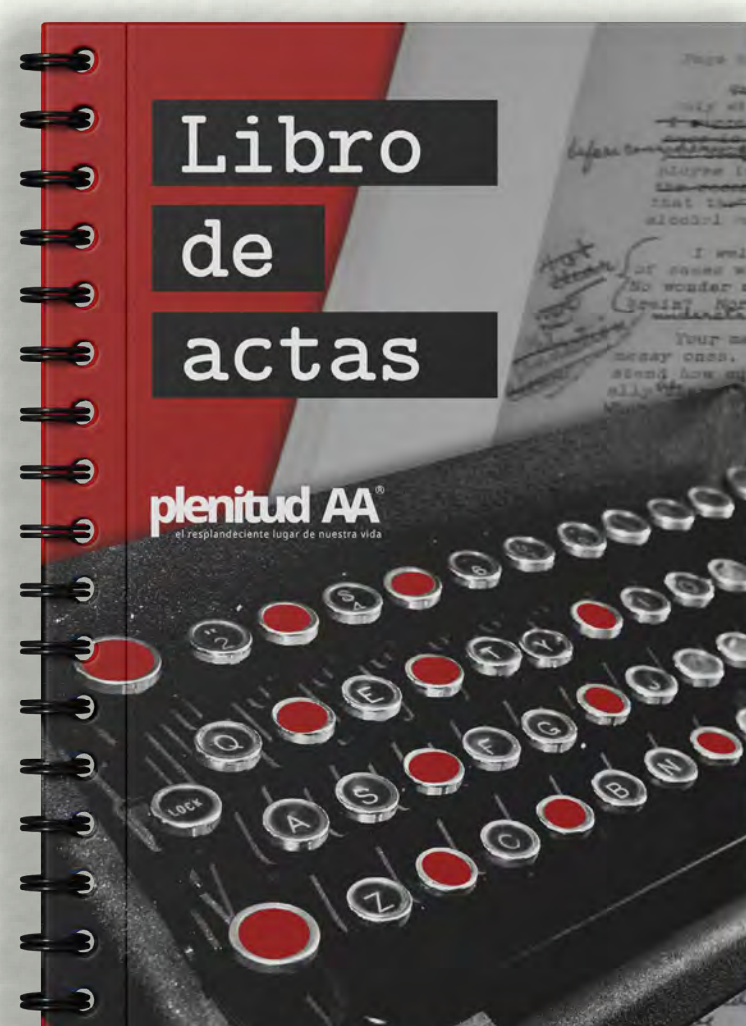




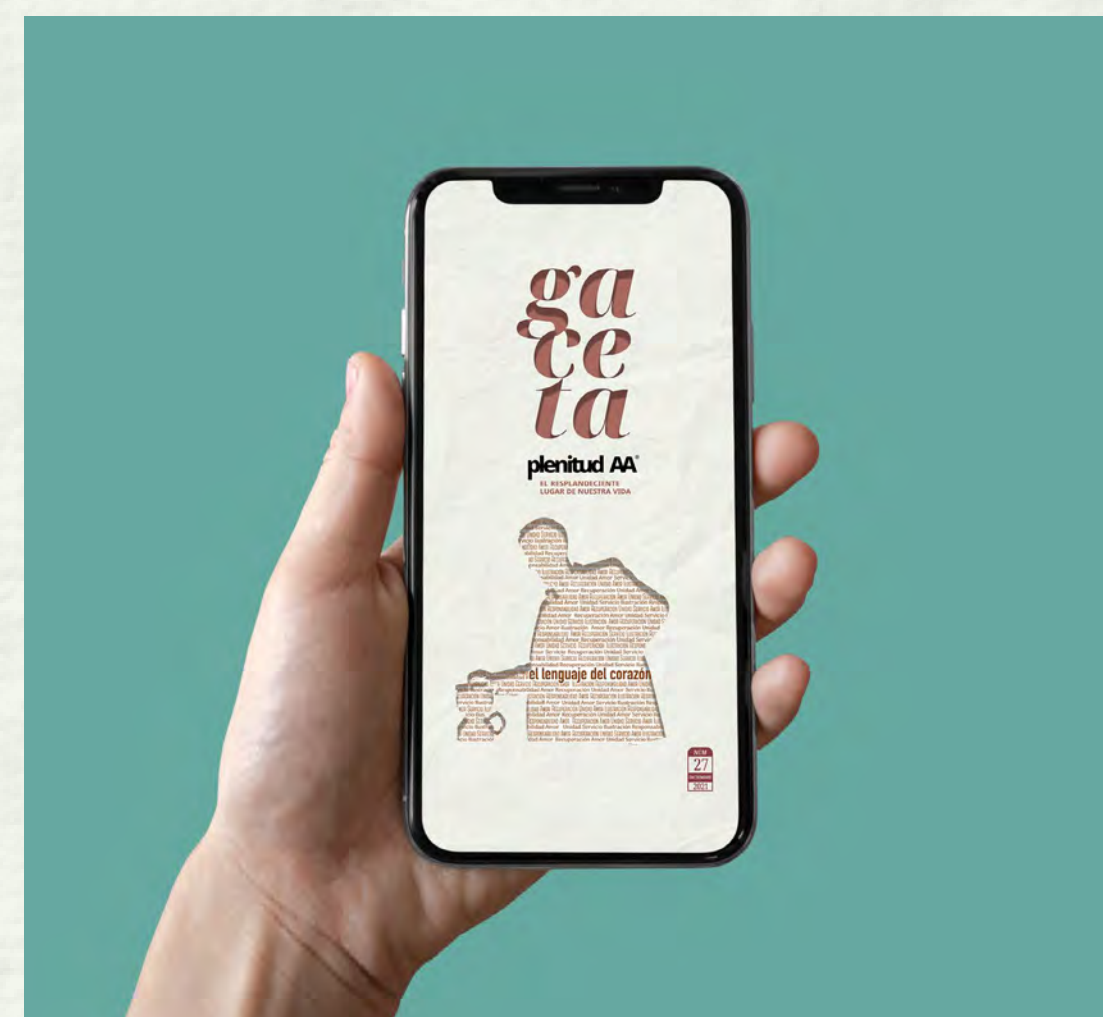
Desde que comenzó esta renovación de fondo, hemos realizado un esfuerzo incansable por suplir, *ya con la nueva línea editorial*, los productos que iban agotándose—sin descuidar nuestras operaciones regulares ¡y hasta requerimientos imprevistos!—. (Debido a esta ingente carga de trabajo, igualmente les agradecemos su comprensión si no es posible enviarles prontamente los testimonios de agradecimiento por las experiencias remitidas. Esto lo haremos, sin falta, de acuerdo con nuestros tiempos disponibles). Nos complace informarles de que *ya están a disposición de la comunidad*:



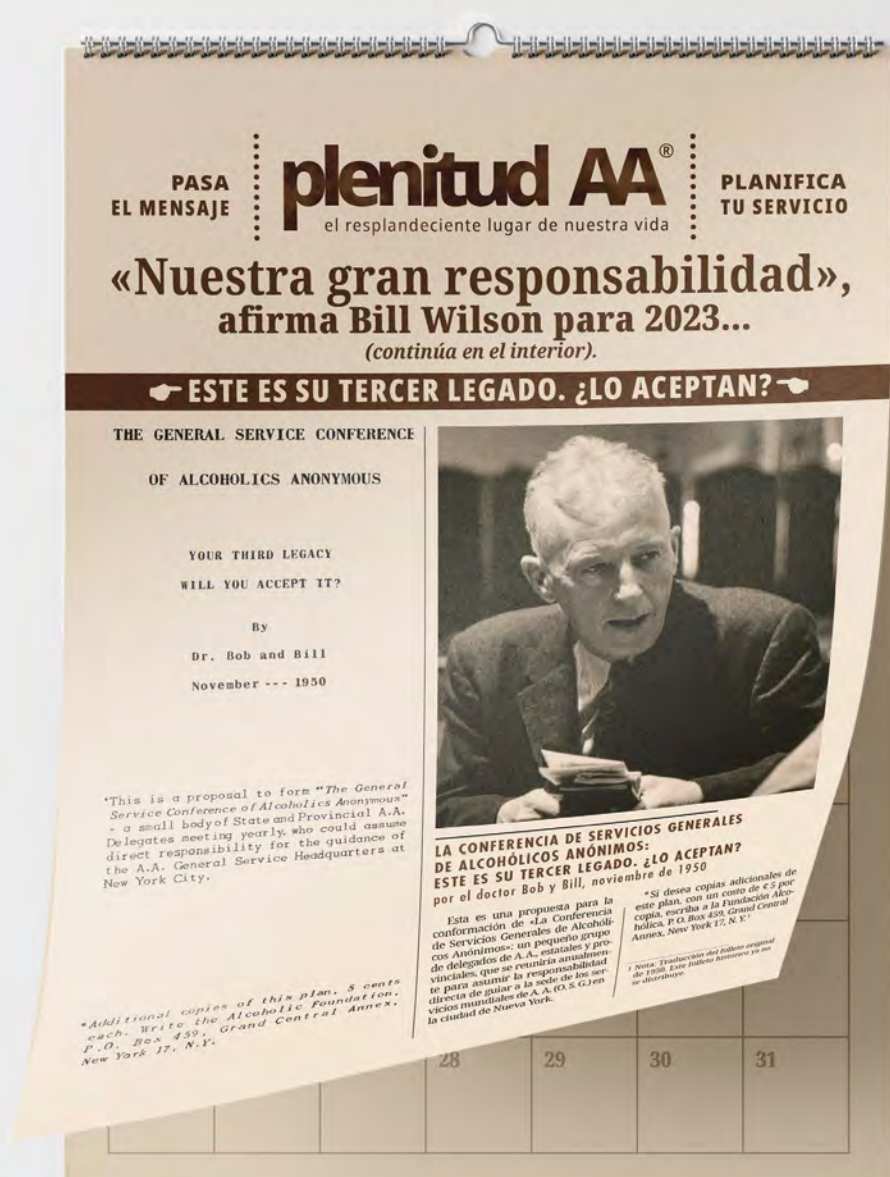
**La nueva Bitácora de reuniones**



**El nuevo Libro de actas**



**La Gaceta Plenitud AA en formato optimizado para teléfonos inteligentes**



Calendario 2023

## Productos de fin de año

Agenda ejecutiva y respuesto



Agenda de bolsillo



**A PARTIR DE AGOSTO**  
Adquiere tus productos especiales de fin de año: el calendario de pared y las agendas, con citas y fotografías del libro *Nuestra gran responsabilidad*.



The image shows a screenshot of a meeting notebook form. The form is titled 'plenitud AA' and has several fields: 'Fecha' (Date) with a slash separator, 'Lectura previa' (Previous reading), 'Tema:' (Topic), 'Coordinador' (Coordinator), and 'Tesorero' (Treasurer). The 'Tesorero' field is highlighted with a red rectangular box, and a red arrow points upwards from below the page towards this field.

Una mejora que atrajo la atención de algunos compañeros al observar los campos en la nueva Bitácora de reuniones fue el cambio del espacio que se destinaba a registrar el nombre del cafetero, ahora dando oportunidad para registrar el nombre de la persona que recogió la Séptima ese día (si no fue el tesorero electo). La razón es la siguiente. Una bitácora es, por definición, un libro en el que se registran los *hechos relevantes y pertinentes* en relación con el funcionamiento de un trabajo o actividad determinada, así como cualesquiera observaciones que permitan, de ser necesario, *establecer responsabilidades* (porque el dinero se requiere para cumplir compromisos).

Tal como observó atinadamente un coordinador durante el Encuentro, felicitando el cambio: «El saber quién recogió las contribuciones por concepto de nuestra Séptima Tradición, le otorga mayor confianza al propio tesorero del grupo (o entidad de servicio), *porque permite al grupo (y al propio tesorero) saber quién recogió el dinero el día (o días) que el tesorero titular no haya podido hacerlo*». Dicho de otro modo: cualquier miembro de grupo *sabe que no es tan relevante enterarse de quién sirvió tal día el café, pero sí es importante saber quién recogió el dinero y de cuánto fue el monto*. (Y, de parecerle a alguien interesante saber quién sirvió ese día el café, puede registrarlo sin problema en el recuadro general «Observaciones» en la misma página de la bitácora).



## PLANIFICACIÓN DE CAMBIOS Y PERÍODO DE TRANSICIÓN

Todo cambio implica, ineludiblemente, un tiempo para su realización. Si solo bastara un mes, pues como que la misma brevedad nos indicaría que no era un proyecto tan ambicioso; apenas un maquillaje. Por el contrario, los objetivos que estableció la Junta Directiva de la Oficina Plenitud AA son de gran magnitud. El alcance de la visión determina el calibre de los desafíos que es menester solucionar.

Comenzando por la revista, de corazón les agradecemos su comprensión, debido al cambio forzoso de las fechas establecidas en el calendario anterior. **Este es un producto distinto, completamente renovado**, y el calendario anterior sencillamente *no era aplicable a las nuevas y mucho más complejas tareas que ahora desarrollamos*; tareas que no son visibles para la comunidad. Hemos hecho todo lo posible por ajustar «con calzador» la producción de la revista. Con base en la experiencia, hemos elaborado una ruta crítica mejor planificada, con nuevas fechas para la entrega en almacén de los números de las revistas que comprende el volumen 45:

Número de revista	Corte de suscripciones	Disponibilidad a la comunidad
256 (sep-oct 2022)	Viernes 12.08.2022	Viernes 19.08.2022
257 (nov-dic 2022)	Viernes 09.09.2022	Martes 04.10.2022
258 (ene-feb 2023)	Viernes 11.11.2022	Viernes 02.12.2022
259 (mar-abr 2023)	Viernes 13.01.2023	Viernes 03.02.2023

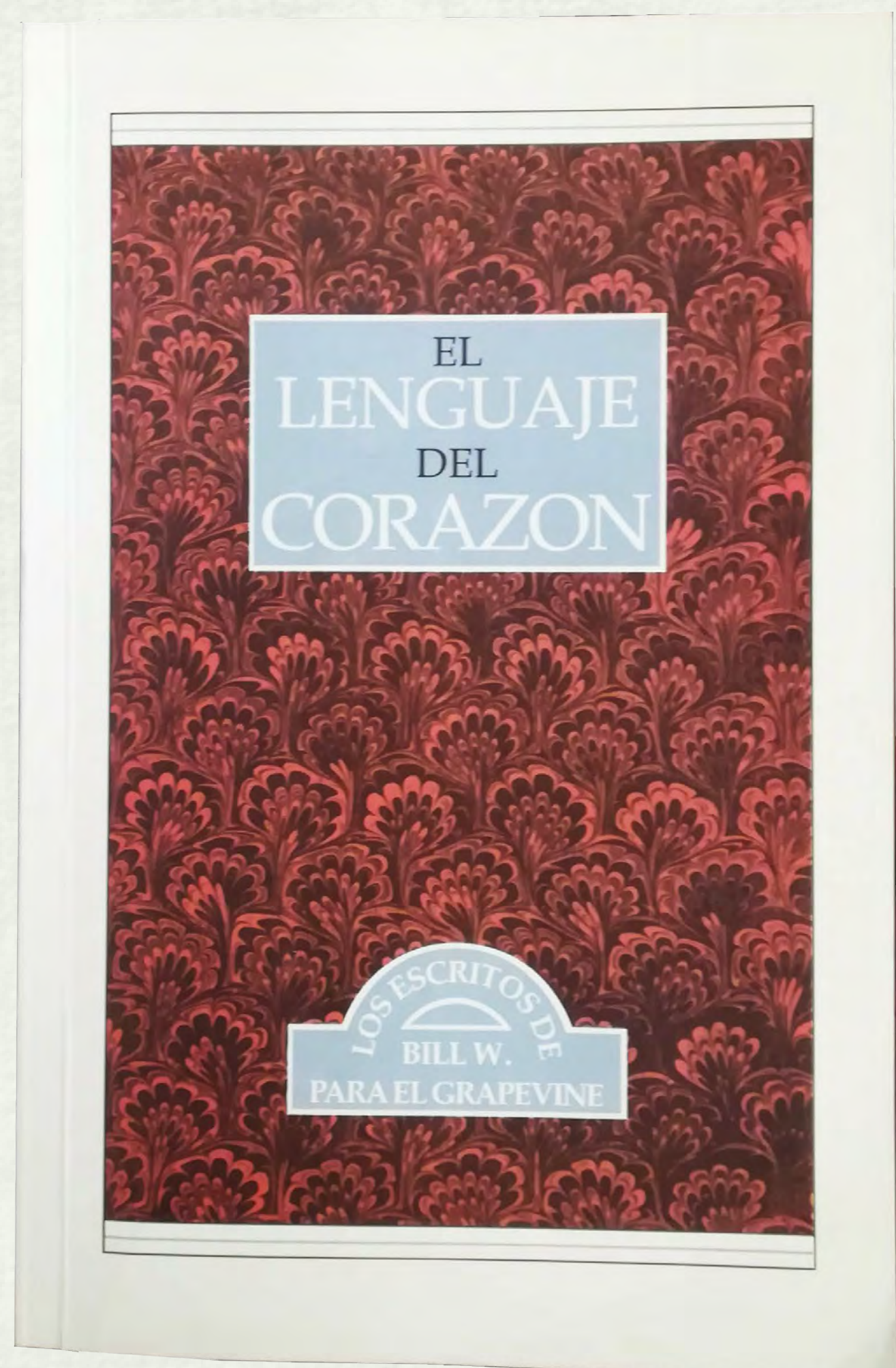


## **LIBROS *EL LENGUAJE DEL CORAZÓN* Y *NUESTRA GRAN RESPONSABILIDAD***

Un caso notorio del trabajo de renovación lo constituye el libro fundamental de la Oficina Plenitud AA: *El lenguaje del corazón*. Este está siendo elaborado meticulosamente con una presentación mejorada y un tamaño de letra más grande —un deseo largamente expuesto por nuestros compañeros—. El proceso de producción incluye la solicitud de un nuevo dígito I.S.B.N. (International Standard Book Number) ante INDAUTOR. Estamos seguros de que será una muy grata sorpresa su nueva presentación.

Inicialmente, realizamos un análisis de la relación costo-beneficio que significaría para la Oficina Plenitud AA y para los miembros de nuestra comunidad la producción de un tiraje pequeño provisional de *El lenguaje del corazón* en su presentación anterior.

Dada la entusiasta recepción de la revista, la Junta Directiva de la Oficina Plenitud AA resolvió, inicialmente, **no reimprimir hasta contar con la nueva presentación** —no obstante que los archivos de la presentación anterior estuvieron disponibles en todo momento—. Pero el trabajo es tan minucioso (pues implica hacer prácticamente de nuevo el libro, y enunciar la ingente cantidad de detalles técnicos excede el propósito de este comunicado), que se imprimirá por lo pronto un tiraje de la versión conocida para suplir los requerimientos

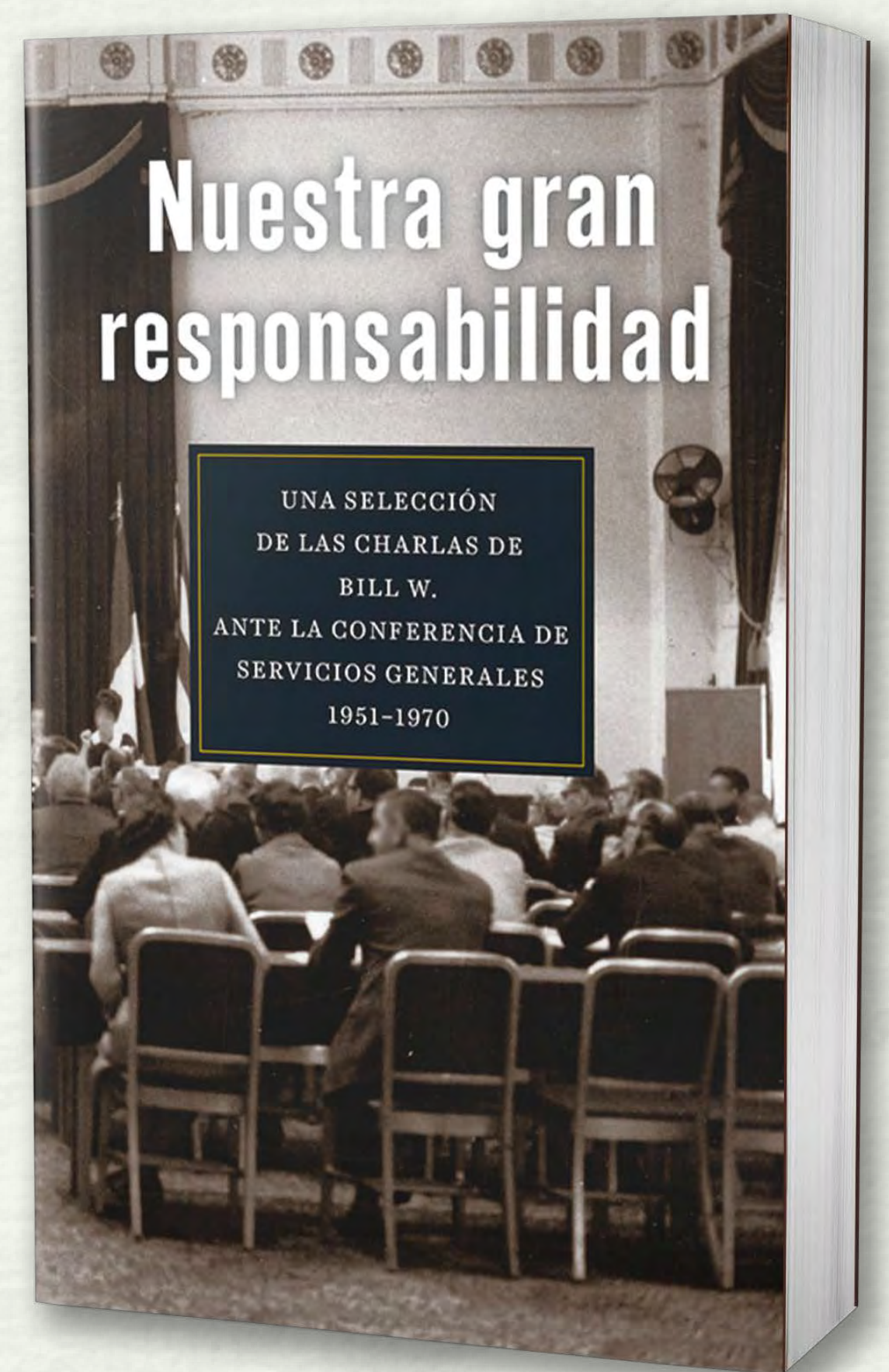




de la comunidad. El proveedor entregará los ejemplares en nuestro almacén a partir del 8 de julio, así que ya pueden hacer sus pedidos.

Estamos trabajando también en el libro *Nuestra gran responsabilidad*, cuyo caso es similar, y estamos seguros de que será muy bien recibido.

Dado el gran interés que ha mostrado por este libro nuestra comunidad, se imprimirá así como con *El lenguaje del corazón*, un primer tiraje, aunque no de manera inmediata. Esto, debido a diversos factores, principalmente por gestiones legales. Las oficinas de INDAUTOR aún no funcionan regularmente y los trámites podrían tardar más de lo que quisiéramos para obtener su I. S. B. N. Oportunamente les comunicaremos la fecha en que estará disponible para su adquisición.



## **OBJETIVO PRINCIPAL DE LA REVISTA: SER UN ESCAPARATE DE RESULTADOS**

En una carta de 1954 dirigida a Bernard Smith, Bill escribió: «La sección de historias del Libro Grande es mucho más importante de lo que la mayoría de nosotros se imagina. Es nuestro principal medio de identificación con el lector fuera de A. A.; es el equivalente escrito de escuchar a los oradores en una reunión de A. A.; es nuestro **escaparate de resultados**. Aumentar al máximo la potencia y la variedad de esta pantalla no debería ser, por tanto, un trabajo ruti-



nario o apresurado. Lo mejor será que no haya ninguno demasiado bueno. La diferencia entre lo bueno y lo excelente puede ser la diferencia entre la miseria prolongada y la recuperación, entre la vida y la muerte, para el lector fuera de A. A.».

Bill W. escogió con mucho cuidado las historias personales de las dos primeras ediciones del Libro Grande; y posiblemente el criterio que más salta a la vista es *la enorme diversidad*.

Las historias seleccionadas por Bill abarcan: la de una mujer pudiente e ilustrada; la de una mujer feminista; la de un médico y otros profesionistas; la de un emigrante alemán; la de un indigente; la de un empleado común; la del hijo de un ministro religioso; la de un huérfano; la de un paciente en un hospital para enfermos mentales; esto es, quiso representar *todas las posibilidades* de modos de ser, de pensar, de vivir, de sentir, y todos los extractos sociales, religiosos, étnicos, etcétera. Pero todas las historias tienen dos puntos sobresalientes en común: *todos y todas son personas alcohólicas, y Alcohólicos Anónimos funciona para cualquiera de ellas*. Por eso él llamó a la sección de historias personales: *nuestro escaparate de resultados*.

En *El lenguaje del corazón*, Bill escribe: «La experiencia de A. A. se puso por escrito por vez primera en el libro *Alcohólicos Anónimos*. En el libro nos enfocábamos en lo esencial de nuestro más apremiante problema: el ser liberados de la obsesión alcohólica».

Las historias personales que se publican en la revista *Plenitud AA* continúan sirviendo como puente de comprensión; pero la revista en su totalidad no tiene el propósito único de establecer la *identificación inicial*; que la persona alco-



**hólica que nada sabe de A. A. se reconozca como tal.** Para eso están los muchos folletos y libros que tienen su origen en el Comité de Literatura.

La función, la justificación misma de ese comité, es precisamente llevar el mensaje de A. A. a la persona alcohólica *que todavía sufre bebiendo*; quien no ha resuelto aún su «más apremiante problema: el ser liberado de la obsesión alcohólica».

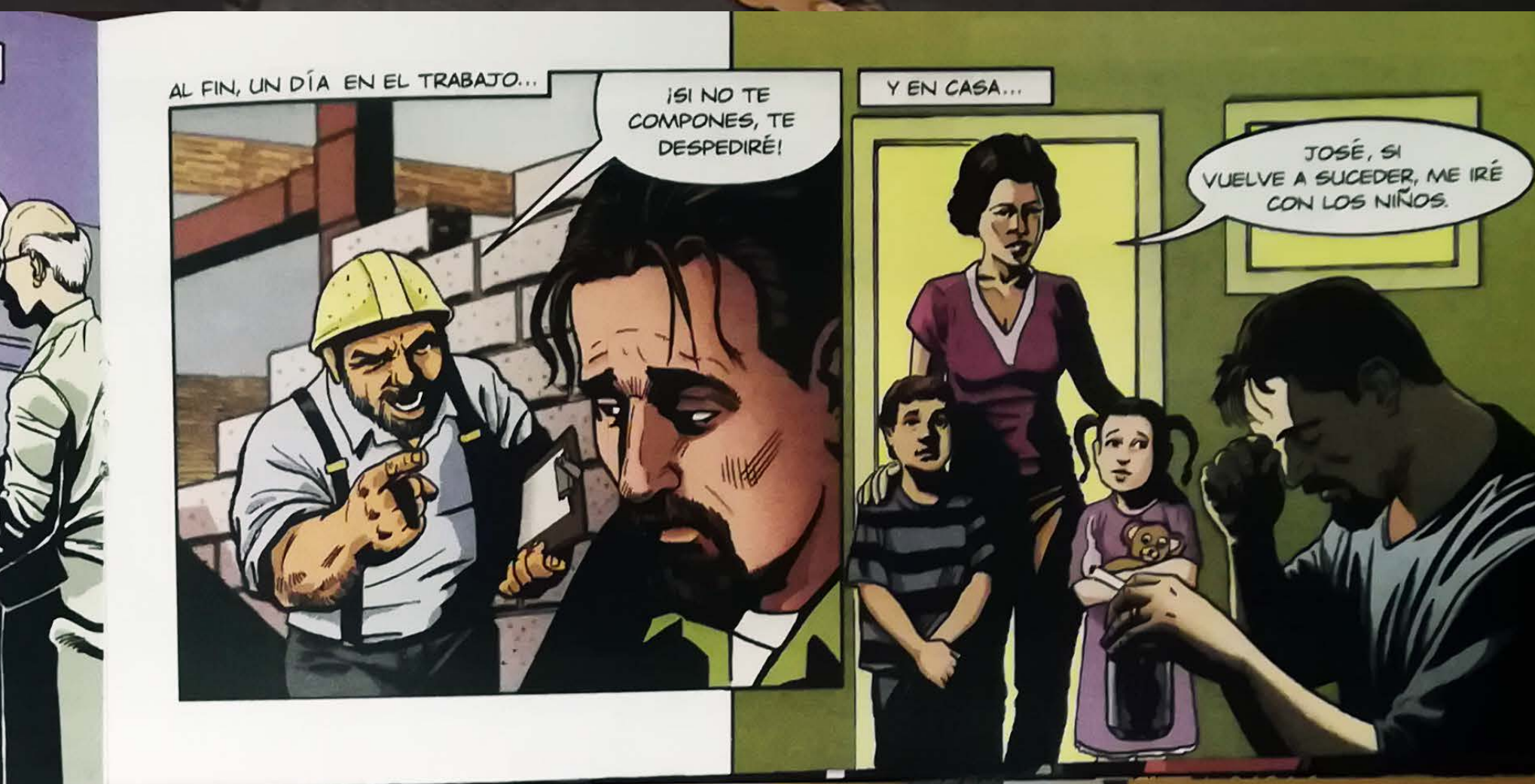
*Plenitud AA* tiene un alcance mayor y más amplio: no solamente puede establecer la identificación inicial para un recién llegado, también da a conocer A. A. —como método y como comunidad— a las personas no alcohólicas que trabajan o tratan con alcohólicos; enriquece la vida en sobriedad de los miembros de la comunidad, incrementando su comprensión de nuestros principios, e incluso de lo que significa la comunidad de Alcohólicos Anónimos: un escaparate de resultados universalmente válido.

Es un error considerar que la revista debe escribirse conforme al gusto y grado de comprensión de un grupo específico, así sea mayoritario; eso sería negar precisamente la inclusividad que *decimos* procurar.

¿Qué hace el Comité de Literatura para recomendar la elaboración de un nuevo título? Reflexiona si es necesario presentar el programa en términos que sean no solamente *comprensibles* sino también *aceptables* para un determinado público objetivo. Hay folletos elaborados desde el punto de vista de una persona que todavía está ebria, en sus circunstancias de vida anteriores a A. A., en toda la diversidad social: un negro, un indígena, un homosexual o una lesbiana, un ateo, un jovencito, etcétera. Pero también se toma en cuenta el **grado de instrucción escolar:**



para personas con una preparación muy precaria, personas que no tienen el hábito de leer, se elaboran historietas tipo «cómico», en las que las ilustraciones muestran una condición social y económica igualmente precaria: ropa rasgada, vivienda con ventanas rotas, empleos modestos, e incluso el lenguaje. Veamos unos ejemplos:





Estas historietas no son apropiadas para todo alcohólico; un profesionalista rechazaría esa «realidad»; sencillamente él o ella no se identifica, no se ve así, y, lo peor, es que puede producir el efecto contrario: estereotipar el alcoholismo como una enfermedad o situación que solo aqueja a la gente más pobre e iletrada.

Por eso, un verdadero *escaparate de resultados* —como una vitrina, digamos, en una zapatería— no muestra zapatos de una sola talla, un solo estilo, un solo color, y solo para hombres, por ejemplo. No: una verdadera zapatería (o un buen catálogo) permitirá que cada quien encuentre los zapatos de su medida.

La responsabilidad de Alcohólicos Anónimos como un todo es llevar de la manera *más inclusiva* su mensaje original universal (sus *principios divinos*, los llamó Bill) a toda persona que desee dejar de beber; no a un solo grupo, así se sientan mayoría.

Y eso es justamente lo que es ahora *Plenitud AA*: un escaparate de resultados dirigido a todo alcohólico, en cualquier parte del tejido social; a cualquier A. A. de todas las edades y tiempo de sobriedad.

**Plenitud AA es amor y servicio en la diversidad.**

**Fraternalmente**  
C.P. Rolando García  
Martínez, gerente,  
y todos quienes, con  
amor, queremos servir  
a Dios y a nuestros  
semejantes en tu  
Oficina Plenitud AA.







Ilustraciones de historieta por cortesía de Alcoholics Anonymous World Services, Inc.



## *Gaceta Plenitud AA*

Año 8, número 28, verano del 2022.  
Boletín informativo publicado digitalmente  
cada tres meses por la Oficina Plenitud AA.

Central Mexicana de Servicios Generales  
de Alcohólicos Anónimos, A. C.,  
Huatabampo núm. 18, colonia Roma Sur,  
C. P. 06760, Ciudad de México.



[www.plenituda.org.mx](http://www.plenituda.org.mx)

**Teléfono: 55 52 64 89 13**

**Lada sin costo: 800 286 79 62**

### **RESPONSABLE DE PUBLICACIÓN:**

**L. C. P. Rolando García Martínez**

**Editor en jefe: Arq. Francisco Medina Espinosa**

**Diseño gráfico: L. D. G. Bárbara Hernández Flores**

El presente boletín de servicio puede contener nombres completos de delegados a la Conferencia, de custodios, empleados de la Oficina Plenitud AA u otros servidores; está por tanto dirigido a miembros de Alcohólicos Anónimos.

Su uso es facilitar la comunicación interna de la Oficina Plenitud AA con la comunidad y dar a conocer los trabajos realizados en la misma.

Este uso confidencial no transgrede, desde luego, en forma alguna nuestra Tradición de anonimato ante los medios de comunicación pública (radio, televisión, Internet, etcétera).