



¿Quiénes somos y cuál es nuestro propósito?

Autismo en vivo es un proyecto divulgativo liderado por el actual equipo de la asociación Papás de Álex, que quiere dar voz al colectivo TEA, sus familias y a quienes conviven y trabajan con ellos y ellas, para dar una visión más cercana y humana de lo que significa la condición autista, a través de historias en primera persona. Los contenidos se publicarán en www.autismoenvivo.org y posteriormente una selección de los artículos que hayan generado más interés se publicarán en una revista divulgativa de ámbito estatal.

Objetivos principales

- Dar a conocer los retos y fortalezas de los TEA, así como facilitar su comprensión por los neuro-típicos.
- Publicar contenidos para sensibilizar, educar y estimular el apoyo a las entidades del colectivo TEA.
- Servir como proceso terapéutico, para desarrollar habilidades comunicativas y autoconocimiento.
- Servir de ejemplo y orientar en el autodiagnóstico a jóvenes y adultos TEA no diagnosticados.

¿Quiénes queremos que escriban historias y artículos?

- Jóvenes y adultos TEA (diagnosticados o no), familiares, amigos, profesores, jefes y compañeros de trabajo o estudios.
- Técnicos especialistas en TEA explicando experiencias con personas TEA y conocimiento relativo.

¿Quiénes queremos que lean las historias y artículos?

- Público en general, para que tomen conciencia del tema y sensibilizarles.
- Jóvenes y adultos TEA no diagnosticados y personas de su entorno, para orientarles en el diagnóstico.
- Jóvenes y adultos TEA diagnosticados, para orientarles en cómo superar los retos que se les plantean.
- Personas del entorno de los TEA para orientarles en la comprensión y la superación de los retos que plantea la convivencia.

¿Por qué lo hacemos así?: el poder de las historias como contenido divulgativo

El arte de la persuasión consiste en ligar ideas con emociones, y la mejor manera de transmitir estas emociones es a través de una historia. Despertar emociones en la audiencia les genera y les mueve a la acción. Éste es el poder de las historias como estrategia de comunicación.

Las historias pueden cambiar nuestra forma de pensar y nuestros sentimientos, desarrollar la capacidad de comprensión mutua y de cooperación, y de visualizar soluciones a los problemas



que se nos plantean. Las historias permiten a la gente decidir por sí mismos, un factor clave de la influencia efectiva.

Para enganchar a la audiencia con nuestra historia es necesario que ésta conecte emocionalmente con el personaje principal. Esta conexión se genera en la medida que el personaje tenga unos valores o unos retos similares a los de la audiencia, de forma que se crea una identificación con este personaje.

Las historias nos ayudan también a construir relaciones en nuestro entorno social, y son la forma más efectiva de crear una conexión emocional entre las personas y las entidades, las marcas y las causas altruistas, a la vez que esta conexión emocional consigue despertar los valores positivos de uno mismo.

Los humanos procesamos la información mucho más eficientemente cuando ésta nos llega en forma de historia, de forma que recordamos más fácilmente lo que se nos ha contado, y en la medida que la historia nos cautiva, tenemos ganas de leer o escuchar más capítulos de la misma. Las historias cautivadoras mueven a la audiencia a compartirlas, a engancharse siguiendo los capítulos siguientes u otras historias de la misma serie, y mueven también a la acción que sugiere el mensaje que se deriva de la misma, ya sea la adopción de nuevos valores, el cambio de actitud respecto a un tema en concreto o el apoyo a una causa altruista.

Hay varios factores que contribuyen a hacer que una historia cautive a la audiencia:

- **Honestidad y transparencia**, explicando historias verídicas o hasta qué punto son verídicas. La transparencia e integridad es clave para crear confianza.
- **Los personajes** son el factor clave para conectar con la audiencia, en la medida que compartan los mismos valores y/o retos, se crea una identificación y conexión emocional.
- **El guion** de la historia debe mostrar la situación inicial en la que el personaje se encuentra delante del problema, sufre y no sabe cómo enfrentarlo, la lucha para superar el reto y la superación final.
- **El reto** es un elemento crucial de la historia. Puede ser una debilidad personal, un miedo a superar o una habilidad a desarrollar. Hay que explicar el camino de lucha y obstáculos.
- **El mentor** es quien ayuda al personaje en la superación del reto, guiándolo en el camino a seguir y dándole apoyo delante de cada obstáculo.
- **El mensaje o lección** que la audiencia debería entender y llevarse al final, es en sí la finalidad de la historia. Ésta debe tener un impacto importante para que no se olvide la lección.
- **Atractivo ético, emocional y racional** para conectar con el espíritu, el corazón y la mente.

Principalmente hay **dos tipos de historias** indicadas para la divulgación sobre el colectivo TEA:



- **Historias de reto y logro:** son aquellas que están enfocadas a las luchas y dificultades de las personas TEA para la vida independiente, la integración social y laboral, etc. en las que se puede ver el proceso de superación de estos obstáculos hasta el logro de la vida deseada. Estas historias sirven para despertar comprensión y de ejemplo a otras personas TEA.
- **Historias de entendimiento y conexión:** son aquellas en las que se muestra como una persona TEA desarrolla su relación con personas de su entorno, como pueden ser los familiares, los compañeros de trabajo, profesores y compañeros de estudios, etc. Estas historias sirven para ilustrar cómo es posible una buena relación, facilitar el entendimiento y la cooperación, y romper tabúes y estigmas.

En este punto cabe remarcar que tan interesantes son las historias contadas por las personas TEA como las contadas por personas neuro-típicas que conviven y trabajan con ellos y ellas, a fin de aportar una perspectiva que ayude a los demás neuro-típicos que conviven o trabajan con personas TEA a comprenderles, entenderse y cooperar con ellos y ellas de forma exitosa. Es especialmente interesante conocer historias de superación y logro en el ámbito laboral, dada la especial dificultad e importancia que tiene este ámbito para el empoderamiento y la felicidad de la propia persona con TEA, así como para resaltar las fortalezas que a menudo pueden aportar en este ámbito.

En esencia, el éxito de las historias como estrategia de comunicación se valora en la medida que se convierten en el foco de las conversaciones. Hay tres indicadores principales a considerar:

- **Impacto:** la medida en que las historias inspiran a la gente a pasar a la acción en uno u otro sentido, ya sea haciendo una donación, apoyando la causa, etc.
- **Interactividad:** la medida en que la audiencia reacciona compartiendo los contenidos, haciendo comentarios, participando en un concurso, aportando ideas y valoraciones, etc.
- **Inmersión:** la medida en que la audiencia quiere profundizar en el mundo de la historia, buscando más información sobre el tema, buscando más historias relacionadas, etc.

Cómo escribir historias que enganchen a la audiencia

Si bien construimos la historia teniendo en mente el mensaje final que queremos transmitir, debemos entender que el foco principal de la historia debe ser el personaje: él es quien crea la conexión emocional con la audiencia y con quien ésta se siente identificada. Primero hay que aportar valor a través de la historia, y solo cuando la audiencia ya está cautivada y ha creado vínculos emocionales con los personajes, podemos introducir el mensaje y la llamada a la acción por parte de la audiencia. Hay una serie de principios que hay que tener en cuenta a la hora de crear historias como estrategia de comunicación:



- **Conocer la audiencia:** es necesario entender qué despierta interés, motiva y sensibiliza nuestra audiencia, qué tipo de historias son realmente relevantes para la finalidad divulgativa.
- **Personajes creíbles y admirables:** las historias revelan la integridad de sus personajes poniéndolos a prueba en conflictos, ya que la integridad se demuestra en las decisiones tomadas bajo presión, y cuando el personaje toma decisiones admirables se vuelve admirable. Pero para ser creíble debe ser vulnerable, lo cual es un potente generador de empatía.
- **Transmitir energía y pasión:** cuando se explica una historia las emociones se transmiten no solo a través de la personalidad del personaje sino también a través de la pasión contagiosa y el entusiasmo de quien la explica. La autenticidad y la pasión son pues dos factores claves a la hora de hacer de las historias una estrategia efectiva de comunicación.
- **Utilizar titulares de impacto:** dada la gran cantidad de contenidos disponibles es esencial destacarse del resto y llamar la atención de la audiencia, y la forma más efectiva de hacerlo es a través de imágenes y titulares originales y cautivadores, que despierten la curiosidad y muevan al lector potencial a clicar y leer la historia.

El poder transformador de las historias

El proceso de creación y difusión de historias puede tener otros beneficios más allá de los ya conocidos. En este sentido, podemos decir que los beneficios conocidos se centran en la concienciación, divulgación y sensibilización a fin de cambiar las actitudes de la sociedad en relación al colectivo TEA e incluso para influir en las políticas públicas relacionadas con este colectivo. Además, el entrenamiento en la creación de historias y la difusión de las mismas tiene otros beneficios:

- **Desarrollo de habilidades transversales** que habitualmente escasean en el colectivo TEA:
 - **Habilidades comunicativas:** aprender a comunicar a través de contenidos escritos, visuales y auditivos, así como hablar en público es un reto que cualquiera debería afrontar. Para los jóvenes TEA, desarrollar la asertividad y la expresividad es clave para superar a muchos de los retos que se encontrarán en la vida. Escribir historias es el primer paso.
 - **Habilidades de escucha activa:** escuchar y comprender a los demás es el primer paso para una comunicación efectiva, pues ésta consiste en un flujo bidireccional de información, y los humanos necesitan ser escuchados y comprendidos para abrir su corazón y su mente, para después escuchar a su interlocutor.
 - **Habilidades creativas:** crear historias es un arte y por lo tanto aprender a crear historias comporta desarrollar habilidades creativas. Al igual que las habilidades comunicativas y expresivas, las habilidades creativas son necesarias para superar muchos retos, sobre todo la resolución de problemas.



- **Autoconocimiento y conciencia.** Contar historias de nuestra vida es una oportunidad para entender mejor quiénes hemos sido, quiénes somos y quiénes queremos ser. Es un proceso creativo, pero también de toma de conciencia que nos aporta claridad para tomar decisiones importantes y visionar nuestras posibilidades. Para optimizar este proceso, es incluso mejor hacerlo con otras personas, ya que siendo escuchado y escuchando los comentarios críticos de los demás es como se llega a este autoconocimiento y se gana madurez.
- **Superación de traumas.** El solo hecho de ser escuchado cuando cuentas una historia traumática sirve para liberar dolor y energía negativa, de forma que puedes ver el trauma y el sufrimiento desde fuera, lo cual tiene efectos terapéuticos y ayuda a aparcar este recuerdo en un rincón de nuestra memoria y dejar lugar para nuevas experiencias y sentimientos positivos que transformen nuestra vida.

Manual de estilo

Los artículos se tienen que enviar siguiendo una serie de parámetros para facilitar la edición:

- Formato Microsoft Word
- Texto en letra Calibri cuerpo, tamaño 12; subtítulos en tamaño 14 y título en tamaño 18
- Espaciado 1,15
- Los artículos se tienen que enviar en castellano

Confidencialidad

El autor puede firmar el artículo con su nombre y apellido(s) o un pseudónimo. En cualquier caso, se pide que especifique si es TEA (diagnosticado o no) o su relación con personas TEA. Asimismo, el autor puede proteger la identidad de los demás protagonistas de la historia cambiando su nombre.

Autismo en Vivo garantiza la confidencialidad de las personas que decidan firmar con un pseudónimo, entendiendo que se trata de cuestiones muy personales que se comparten para ayudar al resto del colectivo y su entorno, pero se desea preservar la privacidad del autor.

Para publicar el artículo es necesario enviarlo a autismoenvivo@outlook.es