

por *Aceprensa*

¿USTED ABRAZA A SU PAREJA?

Matrimonios católicos de EE.UU. enseñan a vivir el amor conyugal a novios y casados, con un enfoque práctico.

“Hoy, más importante que una pastoral de los fracasos es el esfuerzo pastoral para consolidar los matrimonios y así prevenir las rupturas”. Esta frase de *Amoris laetitia* quizá no llene titulares, pero sirve de eficaz criterio a quienes quieren mejorar la formación y el acompañamiento pastoral a las familias.

En esta línea propositiva se mueve la web de la Conferencia Episcopal norteamericana www.foryourmarriage.org y su versión en español, <https://portumatrimonio.org>, con contenidos elaborados por parejas hispanas. El plato fuerte de estas webs es la ayuda práctica. Por ejemplo, los prometidos encontrarán una guía de “conversaciones necesarias”, para garantizar que lleguen ante el altar con una serie de temas hablados (si todavía no lo han hecho); diez trucos para mantener el foco en lo esencial el día de la boda; orientaciones para elegir las lecturas y la música de la ceremonia; o reflexiones para diseñar el presupuesto de la boda en función del estilo familiar que desean forjar.



A los recién casados no solo les hablan de la necesidad del diálogo, sino que también les enseñan habilidades para gestionar las diferencias partiendo de situaciones reales: “Creo que ve demasiada televisión”, “Cree que gasto demasiado”, etc.

Pegados al terreno

Hay secciones comunes a todas las etapas matrimoniales: “sexualidad y amor conyugal”, “vida familiar y crianza”, “alimenta tu matrimonio”. De nuevo, aquí los temas y los enfoques de los artículos están pegados al terreno: “¿Usted abraza a su pareja?” ofrece sencillos consejos para reactivar las expresiones de afecto en la vida cotidiana; “No esta noche, cariño” ayuda a hablar de los distintos ritmos en las relaciones conyugales; “La generación sándwich” está pensado para aquellos que cuidan a la vez a sus hijos y a sus padres mayores.

Además de artículos, hay recursos

Los cursos enseñan a los matrimonios las habilidades para gestionar las diferencias partiendo de situaciones reales

de otro tipo que varían según la versión de la web: ideas de planes y citas para los esposos; un test para evaluar la calidad de la relación matrimonial; una lista de preguntas frecuentes sobre la planificación familiar natural; vídeos exhortativos que animan a compartir las responsabilidades del hogar o a vivir la solidaridad en familia; “el rincón del Papa”, que reúne los consejos de Francisco sobre el matrimonio y la vida familiar...

Una de las herramientas más valiosas es la ayuda a los matrimonios en crisis, grandes o pequeñas: desde 25 trucos para mantener el respeto al cónyuge durante una discusión, hasta una lista de sitios a los que se puede acudir en busca de ayuda. Además, en la versión en español, hay testimonios de matrimonios hispanos en EE.UU. “que han experimentado la intervención del Señor para restaurar los corazones heridos y salvar lo que parecía perdido”.

Junto a estas webs, los obispos cuentan con otra, www.marriageuniquereason.org, que ofrece recursos formativos en distintos formatos. De corte más doctrinal, esta página se centra en explicar el valor distintivo del matrimonio frente a otras formas de convivencia y otros temas candentes en la opinión pública.

Ver artículo completo en www.aceprensa.com



por Cristina Abad Cadenas

DE LA TELEVISIÓN A LA CARTA AL ESPECTADOR COMPULSIVO

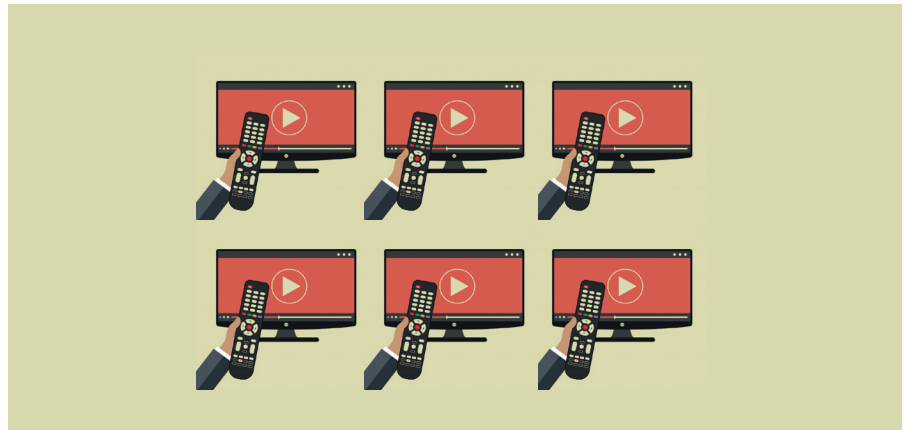
Los canales digitales se están transformando en plataformas, las plataformas en grandes marcas que crean contenidos, y esos contenidos atraen a los suscriptores.

El consumo de cine y series de televisión empezó a renovarse hace unos años con el cambio tecnológico: las pantallas se diversificaron y con ellas los tiempos y lugares de visionado. Con la llegada de la televisión a Internet y el surgimiento de plataformas digitales el contenido se multiplicó.

Las facilidades de pago por visionado legal *online*, junto con la persecución de los delitos cibernéticos, han provocado un cambio de hábitos de consumo que era más que deseable: el retroceso de la piratería, que en 2016 cayó por primera vez en España, un 4%, según la Coalición de Creadores.

Los canales de televisión también han salido perjudicados. La audiencia está cada vez más fragmentada y la tarta del tiempo de consumo hay que repartirla ahora con las plataformas digitales –Netflix, HBO, Amazon Prime Video, Filmin, etc.–.

El menú de canales de televisión ya no es suficiente: el espectador prefiere elegir qué ver, cuándo y dónde verlo, y en qué dosis. En España, el último panel de hogar de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), asegura que cuatro de cada diez españoles ven contenidos audiovisuales *online* al menos una vez a la semana.



Netflix, la gallina de los huevos de oro

Netflix triplicó su beneficio el año pasado hasta 456 millones. Ya ha expresado su intención de invertir entre 7.500 y 8.000 millones de dólares en contenidos durante 2018.

Según datos del último trimestre de 2017, la compañía alcanzó los 117,58 millones de usuarios en todo el mundo, y más de la mitad están ya fuera de EE. UU. De total, 110,64 millones son suscriptores, lo que supone un incremento de 6,62 millones con respecto a los tres meses anteriores. El consumo de horas de visionado *online* aumentó una media del 9% interanual.

Las inversiones en series originales como *Stranger Things* o películas como *Bright* han contribuido a incrementar los suscriptores de Netflix a un ritmo vertiginoso. Con tan buenos datos, Netflix se ha planteado incorporar este año más de 30 series originales de diversos países como Francia, Polonia, India o Corea. Es lo que sucedió en España con *Las chicas del cable*.

Producir series propias ha permitido a Netflix librarse de la dependencia de los acuerdos con distribuidores, y además le ha servido para dotar a su marca de más presencia y personalidad.

La idea original del contenido propio fue de HBO, pero el éxito de Netflix fue desarrollarla según las normas del *streaming* y con las nuevas tendencias de consumo. Tras ella, han ido llegando las demás plataformas.

En resumen, los canales digitales se están transformando en plataformas, las plataformas en grandes marcas que crean contenidos, y esos

contenidos atraen a los suscriptores y generan rentabilidad sostenida. El contenido, pues, es el rey.

Todos quieren parte del pastel

Con Netflix a la cabeza de la producción de series, Hollywood y Silicon Valley pugnan por el control del entretenimiento. No hay multinacional que no intente hacerse con su parte del pastel creando contenido propio. Incluso webs, redes sociales o servicios de distribución como Amazon, con Prime Video. O YouTube, que ficha a los creadores que suben contenidos a su red.

Lo más sorprendente es que interesa incluso a redes como Facebook, que ha seguido un modelo parecido al de YouTube, o LinkedIn, comprada en 2016 por Microsoft, de la que se rumorea que podría interesarse en la producción de series en torno al mundo laboral y de negocios.

Internet y series es un binomio que todos ansían. También los cineastas, que están dando el salto a la ficción seriada, cosa que da peso a los proyectos y atrae más suscriptores. Apple, por ejemplo, acaba de fichar a Damien Chazelle, director de *Whiplash* y *La La Land*, para desarrollar una serie que se une a otras como la nueva adaptación del clásico *Amazing Stories*, dirigida por Steven Spielberg, un drama en el espacio exterior que prepara Ron Moore, o una comedia encabezada por Kristen Wiig. Previamente, Chazelle había acordado con Netflix dirigir una serie musical, *The Eddy*, ambientada en un bar de jazz de París. También se unen otros directores de cine como Paolo Sorrentino, Alberto Rodríguez o incluso Michael Haneke, que prepara un drama distópico seriado.

Consumidores compulsivos

El modelo de distribución de Netflix, con la entrega de temporadas completas, seguido por otras plataformas y servicios, está provocando otro cambio añadido, el de la “voracidad” de consumición: hemos pasado del contenido a la carta al *binge-watching* o atracón de series.

La BBC anunció recientemente que las nuevas temporadas de sus series también estarán disponibles a través de *streaming*, lo que puede animar a HBO a seguir sus pisadas. Ahora la competencia es por tiempo de visionado, hasta llegar al “atracón”.

La pregunta es, ¿cuánto dará de sí el tiempo del espectador, limitado a 24 horas diarias?

John Landgraf, director ejecutivo de FX Networks, piensa que “las empresas audiovisuales están produciendo más programas de los que los espectadores tienen tiempo de ver”, y eso, en su opinión, “perjudica la rentabilidad”.

Ocurre que, con estos volúmenes de producción (de 100 a 200 canales y plataformas, algunos con 10.000 películas y series), resulta complicado saber qué ver. Expertos, como el equipo de ingenieros de Telefónica I+D en el Parque Tecnológico de Walqa, están diseñando un sistema basado en algoritmos de recomendación e Inteligencia Artificial y Big Data que ayuda a moverse en este proceloso mundo. En concreto, un servicio que adapta los contenidos a los gustos y preferencias de los usuarios, quienes reciben recomendaciones personalizadas sobre películas, series u otros programas de la televisión. Algo parecido ofrece Netflix.

En todo caso, esto no ha hecho más que empezar. El tiempo dirá si el cambio de modelo es sostenible para el espectador y si será rentable económicamente a largo plazo.

Ver artículo completo en www.aceprensa.com

“Las empresas audiovisuales están produciendo más programas de los que los espectadores tienen tiempo de ver”

LIBROS



LEER CONTRA LA NADA

Antonio Basanta



por Luis Ramoneda

Tras una larga experiencia en la promoción de la lectura, Antonio Basanta nos ofrece en este libro una aguda y atractiva reflexión sobre el tema.

Tomando pie de la etimología del verbo latino *lego*, explica que leer es cosechar, tejer, surcar, elegir, transformar, asimilar y compartir.

Tras un breve recorrido histórico y cultural desde la invención del alfabeto hasta la era digital, Basanta se pregunta sobre las consecuencias de los cambios vertiginosos que se están produciendo en los modos de comunicarnos, sus ventajas y también los peligros que implican.

Me ha parecido muy útil el capítulo “La sociedad lectora”, en el que se ofrecen pautas valiosas y eficaces para padres, educadores, autoridades... La familia es el primer ámbito para establecer hábitos lectores, pero con ella sola no basta; de ahí el importante papel de los “maestros” en las aulas y de las bibliotecas públicas, cuando están bien gestionadas. El texto termina con un elenco de reflexiones –“palabras en el margen”–, a modo de resumen de todo lo dicho, y se completa con una selección bibliográfica sobre la materia. Un libro excelente.

Siruela.
Madrid (2017).
196 páginas.
12,95 € papel / 7,99€ digital.

CINE EN DVD



LA DECISIÓN DEL REY

Director: Erik Poppe.
Guión: Harald Rosenløw-Eeg, Jan Trygve Røynealand.
Intérpretes: Jesper Christensen, Anders Baasmo Christiansen, Juliane Köhler.
133 min.

Tras separarse de Suecia, en 1905 Noruega eligió como rey al danés Christian Frederik Carl Georg Valdemar Axel (Haakon VII). Aunque era extranjero y nunca habló noruego, durante su reinado supo ganarse el respeto y el aprecio de su nueva nación, entre otras razones, por resistir frente al chantaje del nazismo.

La cinta, un retrato inteligente de algo tan sencillo y tan arduo como la fidelidad de un gobernante a su propia conciencia, cuenta con un guion sustancioso, actores notables y una realización cuidada.

IT

Director: Andy Muschietti.
Guión: Cary Fukunaga, Chase Palmer, Gary Dauberman (novela: Stephen King).
Intérpretes: Bill Skarsgård, Jaeden Lieberher, Finn Wolfhard, Jack Dylan Grazer.
135 min. (V)

Años ochenta. En un pueblo de la América profunda en el que desaparecen niños y jóvenes con demasiada frecuencia, un grupo de chicos, apodados “los perdedores”, empieza a tener visiones que tienen como factor común a un terrorífico payaso de nombre Pennywise.

La película en principio parecería indicada para un público preadolescente –al estilo de *Los Goonies* o *Super 8*–, pero luego es mucho más adulta en lo que a estética y situaciones se refiere, con subtramas impensables en los citados filmes.

SIGLAS CINE

V violencia X sexo explícito
S detalles sensuales D diálogos soeces

Empantallados.com es una plataforma para padres y madres que quieren educar a sus hijos en un uso saludable de la tecnología.



LA “NETIQUETA”: BUENOS MODALES DIGITALES

La red no tiene por qué sacar lo peor de nosotros mismos

La buena educación se aprecia especialmente cuando falta. Todos hemos experimentado la desagradable sensación de interactuar con una persona que, quizás por una suerte de desprecio hacia lo que considera “postizo”, o quizás por simple ignorancia, no guarda la deseable cortesía.

En el ciberespacio, la buena educación tiene un nombre: netiqueta. Netiquette (de net y etiquette), castellanizado como netiqueta, se utiliza para referirse al conjunto de normas de comportamiento en Internet. La netiqueta es una adaptación de las reglas de etiqueta del mundo real al virtual.

Este concepto surgió en Estados Unidos en 1995 y se ha ido extendiendo con la aparición de guías y manuales para usuarios, como ‘The core rules of netiquette’ de Virginia Shea.

Estas son las 10 reglas básicas de la netiqueta y los buenos modales en Internet, adaptadas por Empantallados:

•**Regla #1.** Trata a los demás cómo te gustaría que te trataran a ti. Y no escribas cosas o compartas imágenes que podrían dañar los sentimientos de otros.

•**Regla #2.** Las leyes y normas que sigues en la sociedad, son las



mismas que debes seguir en el ciberespacio. Por ejemplo, sé agradecido y educado: da las gracias y pide las cosas por favor. Al mismo tiempo, sospecha de lo gratuito y los regalos injustificados: videojuegos, sorteos, concursos fraudulentos, pops-up que de pronto se abren en tu dispositivo y te comunican que has ganado algo, etc.

•**Regla #3.** Aprende el protocolo de la red: no abusos de las mayúsculas. Escribir así en Internet equivale a gritar y es de mala educación. Además, dificulta sumamente la lectura.

•**Regla #4.** Respeta el tiempo y la tarifa de datos de las otras personas. Antes de enviar algo, asegúrate de que tiene importancia. El tiempo de los demás, al igual que el tuyo, es muy valioso, y la persona que está al otro lado de la pantalla deja de realizar otras actividades para dedicarle tiempo a leer lo que enviaste. No hagas spam: el envío excesivo de mensajes o contenidos (más aún si pesan muchos megas) se considera de mala educación digital, especialmente si son vídeos, fotomontajes o memes faltones.

•**Regla #5.** Muestra lo mejor de ti a través de la escritura. Cuida la redacción y la gramática al redactar tus mensajes. Utiliza un lenguaje sencillo y evita utilizar un lenguaje ofensivo que pueda molestar a alguien.

•**Regla #6.** Comparte tus conocimientos. Si de algo puede presumir internet es del gran potencial que tiene para compartir conocimiento.

Contribuye a esto compartiendo tus hobbies o aficiones. Haz del ciberespacio un medio para enseñar y comunicar lo que sabes. Y respeta la autoría digital, cita la fuente si publicas algo que no es tuyo.

•**Regla #7.** Ayuda a mantener los debates en un ambiente sano. Cuando quieras formar parte de una conversación, como en un foro, hazlo cuando estés seguro de lo que vas a escribir. Mantente alejado de discusiones que no dominas, y sé prudente al opinar o entrar en un grupo de discusión.

•**Regla #8.** No invadas el espacio de otras personas. Si compartes un dispositivo con otros miembros o usuarios, respeta su privacidad. No leas mensajes ajenos, correos, chats de redes sociales ni mires sus archivos o carpetas. Además, pide siempre permiso para publicar fotos en las que salgan otras personas.

•**Regla #9.** No abuses de tu poder o de las ventajas que puedas tener frente a otros. No te aproveches de las privilegios que puedas tener por el conocimiento o el acceso a distintos sistemas que domines. Nunca está justificado aprovecharse de los demás.

•**Regla #10.** Sé comprensivo con los errores de otros. Recuerda que todos somos humanos y, por lo tanto, todos nos equivocamos. No muestres nunca prepotencia al encontrar un fallo o te rías de la persona que lo ha cometido; en vez de eso, puedes escribirle para ayudarlo a solucionarlo.