La Distopía de las Pantallas

Juan Sebastián Molina Morales

En un mundo extenuado por la inmediatez, donde los valores humanos suelen ser reducidos a (irónicamente) valores, números y estadísticas, pasamos de ser consumidor a ser producto, producto para las grandes compañías que ofrecen nuestros tiempos en pantalla para poder imbuirnos de publicidad.

En un presente sin diálogo, donde interesa más tener los ojos y nuestra atención en una pantalla, que conocer y practicar la otredad, ni la distopía de Orwell parece tan grave, un gran hermano sería mucho más humano y no por eso menos malo, pero la normalidad de perder lo que nos hacen humanos, por una sobre exposición a las pantallas, me parece aun peor.

CANOA La revista cultural de la USI | ISSN 2953-5719 | Año III | N° 5 | pp. 63-67

CANOA La revista cultural de la USI | ISSN 2953-5719 | Año III | N° 5 | pp. 63-67

CANOA La revista cultural de la USI | ISSN 2953-5719 | Año III | N° 5 | pp. 63-67

CANOA La revista cultural de la USI | ISSN 2953-5719 | Año III | N° 5 | pp. 63-67

CANOA La revista cultural de la USI | ISSN 2953-5719 | Año III | N° 5 | pp. 63-67