

Dataísmo y autenticidad en la era del espejismo

Dataism and authenticity in the age of mirage

Marcel Oswaldo Méndez Mantuano ¹

¹. Instituto Superior Tecnológico "Juan Bautista Aguirre", Daule, Guayas, Ecuador.
marcelxc6768@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7451-8994>

Actualmente, se vive en un tiempo de paradojas líquidas bajo el dogma del dataísmo: esa fe contemporánea que reduce la experiencia humana a flujos cuantificables, donde lo medible desplaza a lo significativo. Mientras los algoritmos traducen nuestras emociones en puntos de datos, la verdad se fragmenta en relatos incompatibles; mientras celebramos la hiperconexión digital, la soledad se instala como sombra persistente. Esta tensión define la sociedad del engaño: un ecosistema donde la apariencia eclipsa la esencia, y donde ficciones cómodas reemplazan a las realidades incómodas. En este paisaje, las ciencias sociales emergen no como espectadoras, sino como cirujana de los espejismos.

Bajo el dataísmo, la identidad humana se reduce a un proyecto de formación perpetua. Las redes sociales exigen *performances* diarias de felicidad, convirtiendo la autenticidad en mercancía intercambiable por likes. Sherry Turkle lo advierte: esta "ansiedad de rendimiento" nace de la obligación de "estar siempre en escena". Los jóvenes, principales predicadores del dataísmo, habitan una paradoja cruel: hiperconectados, pero alienados de su yo profundo. Estudios como el de Twenge revelan que el uso intensivo de Instagram correlaciona con un aumento del 33% en depresión adolescente, cifra que desnuda el costo humano tras los filtros y las métricas vacías. Byung-Chul Han lo sintetiza con precisión: creemos construir libertad al compartir datos, pero en realidad "la prisión digital es transparente", y sus barrotes son los algoritmos que convierten la intimidad en capital.

En el mercado, el engaño adopta ropajes seductores. Las corporaciones abrazan el dataísmo para monetizar incluso la ética: el *woke-washing* vende causas sociales mientras oculta cadenas de explotación. Naomi Klein lo documentó en No Logo: detrás de un logo "ecológico" suele esconderse un vertedero tóxico; tras un eslogan feminista, la explotación laboral de mujeres en maquilas. Esta dinámica alcanza su clímax en el *greenwashing*, donde petroleras patrocinan cumbres climáticas con una mano mientras con la otra expanden pozos de extracción. La ONU es contundente:



42% de las afirmaciones ambientales corporativas son engañosas, creando un teatro de sostenibilidad que retrasa acciones genuinas. El dataísmo, aquí, es cómplice: reduce la crisis ecológica a datos desconectados de justicia.

La política se vuelve territorio de la posverdad, hijastra de los datos del consumo. Hannah Arendt ya advirtió que la mentira masiva no busca persuadir, sino "destruir la capacidad de distinguir entre verdad y falsedad". Hoy, los *deepfakes* -hijos predilectos del dataísmo- fabrican realidades en minutos: falsos discursos de líderes, protestas inventadas, noticias que nunca existieron. La tecnología permite manipular la percepción colectiva, erosionando la confianza pública. Las cámaras de eco algorítmicas completan el cuadro: en redes sociales, como señala Han, "cada tribu habita su burbuja de hechos alternativos", alimentando una polarización que convierte al adversario en caricatura. El dataísmo, en su obsesión cuantitativa, olvida que la política es conflicto de sentidos, no de *datasets*.

En el ámbito íntimo, el autoengaño opera como mecanismo de supervivencia. La disonancia cognitiva —aquella que lleva al fumador a minimizar riesgos o al estudiante a sobrestimar su conocimiento— revela nuestra habilidad para distorsionar la realidad y proteger el ego. Pero cuando este fenómeno escala a lo social, se transforma en mitología peligrosa. La meritocracia, por ejemplo, es presentada como ecuación perfecta de esfuerzo y recompensa, mientras datos de Raj Chetty muestran que en Harvard hay más estudiantes del 1% más rico que del 60% más pobre. Michael Sandel desmonta el cuento: "El mérito no corrige la desigualdad; la justifica", convenciendo a los perdedores de que su fracaso es culpa propia, nunca del sistema. El dataísmo aquí es instrumento de opresión: estadísticas de movilidad social ocultan privilegios heredados tras gráficos elegantes.

Frente a este panorama, urge un giro pedagógico que enfrente estas nuevas formas de tiranía con herramientas concretas:

- Alfabetización crítica de algoritmos, para deconstruir cómo los códigos jerarquizan verdades.
- Epistemología de la vulnerabilidad, que reemplace la obsesión métrica por reflexión ética.
- Laboratorios de desobediencia dataísta, donde se analice cómo los big data inflaman desigualdades.

Proyectos como el "Marco de Inteligencia Digital de la OECD" trazan el camino, integrando pensamiento crítico y ciudadanía digital. En MIT, el proyecto "Ethics of Data" entrena estudiantes para auditar sesgos en inteligencia artificial, mientras en la Universidad de Buenos Aires, sociólogos y programadores colaboran en el mapa

"Desinformación en tiempo real", rastreando *fake news*. Estas iniciativas son actos de insurrección epistemológica contra la tiranía de lo cuantificable.

La ciencia social, en este contexto, tiene una misión dual: denunciar los engaños estructurales del dataísmo y tejer alternativas de autenticidad. Como escribió Hannah Arendt: "en tiempos de engaño universal, decir la verdad se convierte en un acto revolucionario". Las aulas universitarias pueden ser el epicentro, donde se enseñe que detrás de cada gráfico seductor hay intereses ocultos; que bajo cada vida perfecta en Instagram hay fragilidades humanas; y que frente a cada ficción dataísta, la investigación rigurosa es el último baluarte de la dignidad.

El dataísmo puede ser la nueva religión de nuestra época, pero no su destino final. En cada aula donde se cuestiona un algoritmo, en cada investigación que privilegia el contexto sobre el dato crudo, en cada estudiante que elige complejidad sobre simplicidad métrica, late la promesa de un mundo donde la tecnología sirva a la humanidad, y no al revés. La ciencia, al fin, es la brújula que devuelve al norte cuando los datos nos pierden en sus espejismos.

REFERENCIAS

- Arendt, H. (2017). *Verdad y mentira en la política*. Página Indómita. <https://n9.cl/ytbyji>
- Byung-Chul Han (2022). *Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia*. Editorial Taurus. <https://n9.cl/ytbyji>
- Chetty, R., Friedman, J. N., Saez, E., Turner, N. & Yagan, D. (2020). *Mobility report cards: the role of colleges in intergenerational mobility*. NBER Working Paper Series. (23618). <https://n9.cl/pz7n5>
- Klein, N. (1999). *No logo: El poder de las marcas*. Editorial Paidós. <https://n9.cl/8syh7>
- Sandel, M. J. (2020). *La tiranía del mérito: ¿Qué ha sido del bien común?* Debate. <https://n9.cl/h06f1>
- Turkle, S. (2017). *En defensa de la conversación: El poder de la conversación en la era digital*. Ático de los Libros. <https://n9.cl/51nho>
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy and completely unprepared for adulthood*. Atria Books. <https://n9.cl/la7fuu>

Marcel Oswaldo Méndez Mantuano
Vicerrector
Instituto Superior Tecnológico "Juan Bautista Aguirre"