



La era del relato total

La evolución de la inteligencia conectada con el surgimiento de la *hipnocracia*

HyperNormalisation

ADAM CURTIS
BBC, 2016
2h y 46 minutos

Hipnocracia

Trump, Musk y la nueva arquitectura de la realidad

JIANWEI XUN
Rosamerón, 2025
118 páginas
ISBN-13: 978-8412980097

ARNAU MARTÍN VALLCORBA
Graduado en Historia Contemporánea, UAB



En los últimos años, la forma de estudiar la historia ha cambiado mucho, ya que antes, se centraba principalmente en el relato de fenómenos tales como guerras,

decisiones políticas o cambios económicos. Sin embargo, ahora también se presta mucha atención a cómo las personas entienden el mundo que les rodea, es decir, ya no solo importa lo que ocurrió, sino cómo se presenta esa información, cómo la gente la recibe y cómo eso influye en su forma de pensar. Hoy en día, entender cómo se construyen las ideas y las creencias colectivas es tan importante como saber quién controla un territorio o los recursos de un país, por lo que la historia se ha convertido en una herramienta para analizar cómo se forma nuestra visión del mundo y cómo eso puede ser usado para influir en la sociedad.

Un ejemplo claro de esta transformación lo encontramos en el documental *HyperNormalisation*, del británico Adam Curtis¹. Esta obra ofrece una narrativa provocadora sobre cómo las élites políticas, financieras y tecnológicas han conseguido construir una versión bastante alejada de la realidad para, de ese modo, mantener el control. Por lo que, a partir de este punto, uno de los objetivos de este ensayo es comparar las principales tesis del documental con el concepto de inteligencia, conectándolas además con otras obras clave que se mencionarán más adelante.

En primer lugar, uno de los ejes centrales del documental es la idea de que los gobiernos occidentales han intentado simplificar la realidad para poder gestionarla y comunicarla con mayor facilidad al público. Esta idea se relaciona, en este sentido, con el concepto de inteligencia y el *storytelling*: es decir, no se trata solamente de recopilar información, sino de construir relatos que orienten decisiones políticas y militares. Ejemplos históricos como la política del harén en el Imperio Otomano o la manipulación informativa durante la Guerra del Opio nos muestran cómo la inteligencia ha servido para crear marcos interpretativos de la realidad, con lo que Curtis retoma esta idea desde un punto de vista contemporáneo y mediático.

No obstante, el documental también sugiere, aunque de forma implícita, la existencia de una inteligencia que podríamos llamar periférica: aquella ejercida por actores no estatales como periodistas, revolucionarios o intelectuales, una categoría que permite, por lo tanto, comprender fenómenos históricos que, aunque no aparecen en el documental, son igualmente relevantes y permiten establecer conexiones con él. Así, mientras Curtis denuncia la manipulación ejercida desde los centros de poder, no debemos olvidar que la inteligencia también ha sido utilizada como herramienta de resistencia y de construcción de alternativas. Esta dimensión queda reflejada, en ese sentido, en el documental, aunque desde una perspectiva bastante pesimista sobre el funcionamiento del poder.

Por otro lado, no se puede pasar por alto que el documental presenta algunos aspectos erróneos que deben ser analizados para que el lector no caiga en ningún tipo de confusión. En primer lugar, a pesar de que es cierto que los banqueros tomaron el control

¹ Curtis (2016).

de la ciudad de Nueva York en 1975, imponiendo políticas de austeridad sin oposición, la obra de Curtis no menciona el papel de actores políticos clave como fueron el entonces gobernador Hugh Carey y el alcalde Abraham Beame². Además, la resistencia sindical y ciudadana a los recortes fue un aspecto muy importante, lo que llega a contradecir la afirmación del documental de que nadie se opuso³.

Seguidamente, se presenta a Trump como un personaje central en la transformación de Nueva York en una ciudad diseñada y hecha para los más ricos, gracias sobre todo a sus exenciones fiscales, pero, a pesar de que él sí recibió algunos beneficios en este aspecto, su papel fue más simbólico que otra cosa en reestructurar la ciudad. La gran urbe sería impulsada por numerosos factores, incluyendo algunas políticas federales y estatales, y no tanto por su misma figura.

En la misma línea, *HyperNormalisation* llama la atención que presenta diferentes relaciones muy simplistas entre diferentes eventos complejos que se van observando a lo largo de la obra. Por poner un ejemplo, se llega a sugerir que la retirada de las tropas estadounidenses del Líbano en 1983 fue solamente resultado del uso de los hombres bomba por parte de Siria, lo que ignora factores como el contexto de la Guerra Fría, sobre todo, y la política exterior de los Estados Unidos. Además, el estilo narrativo que se adopta, mezclando hechos históricos con teorías o ideas subjetivas y conspirativas, hace que no se llegue a distinguir de manera clara entre los dos. Esto se pone de manifiesto cuando se trata sobre la supuesta invención de documentos OVNI por parte de las altas esferas norteamericanas para, de ese modo, poder distraer a la población, lo que lleva a que sea una afirmación sin ningún tipo de veracidad.

Por otro lado, y a pesar de estos defectos que han ido apareciendo a lo largo del documental, y para reconectar el hilo conductor de este breve ensayo, un aspecto que merece especial atención es el papel que juegan la tecnología y la economía en la inteligencia contemporánea. Como es sabido, actualmente las grandes corporaciones tecnológicas y financieras han llegado a contribuir y a crear una realidad artificial, ya que empresas como Glencore o Trafigura, por poner dos ejemplos, operan en la actualidad como actores geopolíticos capaces de alterar mercados globales mediante operaciones de inteligencia económica. Además, si miramos hacia atrás, la Compañía de las Indias Orientales ya operaba bajo una lógica similar, es decir recopilaba información estratégica para ejercer un tipo de imperialismo encubierto. Por lo tanto, este punto de vista nos permite ver el documental como parte de una larga tradición de manipulación estructural, donde la tecnología no debe ser considerada como el origen del problema, sino la que lo ha acelerado súbitamente.

En este contexto, resulta interesante comparar lo planteado por Curtis con el libro *Hipnocracia. Trump, Musk y la nueva arquitectura de la realidad*, publicado en abril de

² North (1990): pp.114-116.

³ Abramovitz (2014): pp.253-254.

este año, una obra que lleva las ideas del documental un paso más allá. Según su autor, Xun, que ha sido demostrado que en realidad no existe, sino que es un invento de la inteligencia artificial, hemos entrado recientemente en una nueva forma de control: la *hipnocracia*, donde en este régimen, el poder ya no necesita censurar ni reprimir, sino que induce un estado de trance funcional permanente, modulando algorítmicamente nuestra atención. A diferencia de *HyperNormalisation*, este libro sostiene que ya no hay una realidad detrás de la simulación, sino que la verdad ha sido sustituida por muchas narrativas que se anulan entre sí. Por lo tanto, la inteligencia ya no busca información porque no hay una verdad a la que aspirar⁴.

Además, *Hipnocracia* destaca por su capacidad para entrelazar filosofía, tecnología y política, pero el hecho de que haya sido creado mediante ayuda de una inteligencia artificial puede llegar a plantear preguntas profundas que es probable que nunca sean resueltas del todo.

Conectado con lo que se ha ido comentando en los párrafos anteriores, debe quedar claro que la inteligencia no es algo que solo usen los gobiernos o los servicios secretos, sino que, en realidad, es una forma de entender el mundo y de actuar sobre él y que se encuentra en muchas partes de la sociedad. No pertenece sólo al Estado, sino que también la usan empresas, medios de comunicación, movimientos sociales y personas comunes cuando toman decisiones estratégicas.

Hoy en día, la forma en que se usa la inteligencia ha cambiado mucho gracias a las redes sociales o las aplicaciones que usamos a diario, las cuales han transformado la inteligencia en algo más automático, controlado por algoritmos. Antes, la inteligencia consistía en recopilar información sobre posibles enemigos o amenazas, pero ahora va mucho más allá: se trata de entender cómo reaccionamos emocionalmente y usar esa información para influir en nuestras decisiones.

Por ejemplo, en el marketing político actual, las campañas no buscan tanto informar al público o generar emociones, sino despertar sentimientos como el miedo, el orgullo o la esperanza para que las personas se identifiquen con un mensaje o un líder. De ese modo, se crean relaciones emocionales que hacen que la gente actúe de cierta manera, como por ejemplo votar o apoyar a algo.

Esta convergencia entre inteligencia, marketing y propaganda fue anticipada por el régimen nazi, en la que la última no era un instrumento externo al poder, sino su forma esencial propiamente dicha. El líder, o sea Adolf Hitler, era una construcción simbólica, una marca emocional diseñada para generar obediencia; la política se transformaba en liturgia y el ciudadano en creyente. Esta lógica ha ido evolucionando y refinándose por las democracias más actuales, que han ido aprendiendo a gestionar la percepción

⁴ Xun (2025): pp.63-66.

pública mediante técnicas de *storytelling* y saturación informativa, como se comentó anteriormente⁵.

Hoy en día, la inteligencia ya no depende de espías o informes secretos como antaño, sino que ahora todo pasa por sistemas automáticos que recogen datos mediante sensores y los muestran en pantallas llenas de gráficos y números. En ese sentido, estos sistemas no solo observan lo que estamos haciendo, sino que también influyen en la manera de cómo actuamos.

Los algoritmos deciden qué información vemos, en qué orden y cómo nos llega, no mostrándonos el mundo tal cual es, sino que lo organizan según lo que creen que nos interesa. Por eso, la pantalla de nuestro móvil, por ejemplo, u ordenador se ha convertido en el nuevo lugar donde se juega el poder. Además, lo más valioso actualmente no se trata del dinero o el petróleo, mismamente, sino nuestra atención, ya que las empresas y plataformas compiten por mantenernos mirando, haciendo diferentes clics o reaccionando a lo que sea. La inteligencia moderna ya no está fuera de nosotros, como antaño, observando desde lejos, sino que ahora está dentro de nuestra experiencia diaria, cambiando cómo percibimos las cosas y tratando de adelantarse a lo que vamos a querer o sentir.

Este cambio en la forma en que funciona la inteligencia también ha cambiado nuestra idea de lo que es real, ya que antes, la inteligencia trabajaba sobre un mundo más o menos estable, donde los hechos eran más sencillos de identificar. Pero ahora, la propia inteligencia ayuda a crear confusiones y a cambiar casi todo el rato lo que realmente entendemos como realidad. En este nuevo contexto, las historias que se cuentan ya no buscan describir lo que pasa, sino influir en lo que ocurre, por lo que la verdad ya no es algo fijo, sino algo que se adapta según lo que conviene. Lo importante, por lo tanto, no es si algo es cierto, sino si funciona: si se comparte mucho, si genera reacciones o si logra captar la atención. Así, la realidad se convierte en algo que se construye estratégicamente, y lo que más pesa no es la verdad, sino el impacto que una historia puede llegar a tener.

Esta lógica se conecta, además del concepto de hipnocracia que desarrolló Xun, y como se ha analizado anteriormente, con la infancia y la adolescencia, que son los espacios donde esta forma de inteligencia alcanza su máxima eficacia. Las plataformas digitales han cambiado la forma en que los jóvenes se ven a sí mismos y se relacionan con los demás, por lo que ahora, muchos de ellos viven pendientes de los likes, los comentarios y la aprobación de otros.

Lo que antes se conocía como inteligencia emocional, es decir una herramienta para entender y gestionar nuestras emociones, ahora se hace servir para influir en cómo nos sentimos. Las aplicaciones no nos dicen directamente qué pensar, pero sí nos

⁵ O'Shaughnessy (2018): pp.57-59.

empujan a sentir ciertas cosas como la ansiedad, el deseo, la inseguridad o misma-mente la euforia. En lugar de enseñar o educar, las plataformas diseñan sus pantallas para mantenernos enganchados, por lo que ya no se trata de vigilar desde fuera, sino de entrar nuestras emociones, moldear nuestros deseos y mantenernos atrapados en un ciclo constante de estímulos⁶.

Por otro lado, la importancia de todo lo que se ha ido analizando anteriormente en el ensayo se hace aún más evidente cuando se echa un vistazo profundo a diferentes acontecimientos actuales. Un ejemplo claro es la guerra en Gaza que hoy en día sigue vigente, un conflicto que pone de manifiesto el papel de lo que se podría denominar como inteligencia visual: imágenes de bombardeos, hospitales destruidos o rehenes liberados circulando a todas horas por las redes sociales y provocando reacciones emocionales al instante. En este contexto, la política se ve desplazada por el espectáculo, y los actores implicados imponen relatos diseñados para movilizar a la opinión pública.

Pero no se trata solamente de manipular la información que recibimos, sino también de llenarnos de tantos mensajes, imágenes y estímulos que nos resulta difícil pensar con claridad. Esta sobrecarga de información hace que nos podamos sentir confundidos y que, de algún modo, nos cueste analizar lo que realmente estamos viendo, por lo que vivimos rodeados de un ruido constante que nos impide distinguir lo que es verdadero de lo que es falso, siendo una estrategia que desinforma y debilita nuestra capacidad de pensar de forma crítica y tomar decisiones con criterio.

Otro ejemplo que ilustra esta dinámica es TikTok, una red social muy popular entre los jóvenes. Su sistema está diseñado para aprender rápidamente lo que le gusta a cada persona y mostrarle contenido que le resulte atractivo, no solo prediciendo lo que el usuario quiere ver, sino también influyendo en sus gustos y deseos en tiempo real. Esto crea una experiencia bastante dinámica, donde se mezclan el entretenimiento, la información y mensajes que pueden tener objetivos políticos o comerciales sin que el usuario lo note. Es decir, en lugar de vigilar desde fuera, como se hacía antes, ahora el sistema actúa desde dentro, moldeando lo que sentimos y pensamos. Por lo tanto, en este nuevo modelo, quien controla la información no es una persona, sino un sistema automático que aprende de cada clic, pausa y reacción, actuando al momento sobre millones de personas al mismo tiempo.

Además, la irrupción de la inteligencia artificial generativa, es decir la que puede crear imágenes, vídeos y voces indistinguibles de los reales, ha llevado la simulación a un nuevo nivel. En los últimos años se han documentado casos de noticias falsas utilizadas para manipular elecciones o simular declaraciones de líderes políticos, ya que no se quiere ocultar la verdad, sino generar tantas versiones de la realidad y que ninguna se

⁶ Haidt (2024): pp.429-430.

imponga como válida. Las plataformas digitales no son neutrales, sino que están diseñadas para capturar, procesar y monetizar la atención, con la inteligencia convirtiéndose en una forma de explotación cognitiva, en una economía de la percepción y en una política del diseño⁷.

Por último, no podemos pasar por alto un claro ejemplo de manipulación que se continúa sufriendo hoy en día en los países occidentales y que empezó a partir de 2014. Este no es otro que el papel jugado por Rusia en la difusión de propaganda, una estrategia que ha consistido en manipular la información en Occidente, lo que contribuyó a este entorno de confusión y simulación permanente⁸.

En este sentido, el Kremlin ha ido perfeccionando una estrategia de guerra híbrida que no se basa únicamente en la fuerza militar, sino en la manipulación de la información, la desinformación digital y la infiltración de las grandes instituciones rusas. Esta forma de agresión no busca conquistar territorios, sino colonizar la percepción, como bien se argumentó al inicio del ensayo.

Por ejemplo, en lugar de simplemente llevar a cabo funciones de espionaje hacia sus adversarios, o mejor dicho contra Occidente, Rusia ha empleado campañas de desinformación mediante las redes sociales y algunos medios digitales. Estas campañas lo que buscan no es otra cuestión que ir sembrando dudas, fragmentar a la sociedad en este aspecto y que los ciudadanos duden de las capacidades de las instituciones democráticas que existen en los países de Occidente. De esa manera, hacen servir el uso de noticias falsas, teorías más conspirativas, como cuando se pintaron en París símbolos antisemitas en las paredes de diferentes edificios; y contenido emocional realmente cargado para manipular los comportamientos de la sociedad.

Por lo tanto, estamos delante de otro uso de tipo de inteligencia, que se puede considerar como una evolución de lo que se ha ido analizando anteriormente y que va más allá de la mera vigilancia tradicional, que por ejemplo operaba en la Alemania nazi. Así, se trata de diseñar la cantidad de mensajes posibles que sean capaces de movilizar emociones y crear identidades colectivas que puedan llegar a servir sus intereses, además que, al igual que el marketing político, el principal objetivo no es informar, sino poder influir en los sentimientos y acciones de las personas, lo que se consigue generar un impacto profundo y duradero en la sociedad.

En definitiva, la actualidad está dentro de un momento donde la verdad ha dejado de ser un valor absoluto para convertirse en una variable funcional, donde lo que importa no es tanto si algo es verdadero, si genera impacto o si se viraliza. En este contexto, la historia contemporánea no puede limitarse solamente a narrar hechos, sino también debe analizar de manera crítica las herramientas que configuran nuestra visión del

⁷ Peirano (2019): pp.83-84.

⁸ DW Documental (2025).

mundo para poder comprender las nuevas formas de poder que operan en la era del relato total.

Bibliografía

Abramovitz, Mimi (2014), "Economic Crises, Neoliberalism, and the US Welfare State: Trends, Outcomes and Political Struggle.", en Noble, C., Strauss, H., Littlechild B.: *Global Social Work: Crossing Borders, Blurring Boundaries*, Sydney University Press. [Consultable en red](#).

DW Documental (dir.) (2025), "La guerra silenciosa de Putin - Ataques híbridos en Europa", *YouTube*.

Haidt, Jonathan (2024), *La generación ansiosa. Por qué las redes sociales están causando una epidemia de enfermedades mentales entre nuestros jóvenes*, Deusto.

North, D. C. (1990), *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press (Political Economy of Institutions and Decisions).

O'Shaughnessy, Nicholas (2018), *Marketing the Third Reich. Persuasion, Packaging and Propaganda*, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315163000>

Peirano, Marta (2019), *El enemigo conoce el sistema. Manipulación de ideas, personas e influencias después de la Economía de la Atención*, Barcelona, Debate.