



**UNIVERSITAT
JAUME·I**

**LA INFLUENCIA NEOLIBERAL EN CONTEXTOS
APARENTEMENTE APOLÍTICOS: ANÁLISIS DE LA
POLITIZACIÓN EN EL DISCURSO DEL CREADOR DE
CONTENIDO XOKAS**

**THE NEOLIBERAL INFLUENCE IN APPARENTLY APOLITICAL CONTEXTS:
ANALYSIS OF THE POLITICIZATION IN THE DISCOURSE OF CONTENT
CREATOR XOKAS**

Grado en Comunicación Audiovisual

TRABAJO FIN DE GRADO

Modalidad 1: Iniciación a la investigación científica

18 de Junio de 2024

Autor: Daniel Castañeda Lozano

Tutora: Eloísa Nos Aldás

Resumen:

Esta investigación supone una reflexión sobre la capacidad de la ideología neoliberal para permear en los discursos, dándose a entender cómo la normalidad y no como un ideal político. Para ello, se ha decidido estudiar la politización del discurso en el ámbito de la creación de contenido, mediante un análisis discursivo del contenido del *streamer* español Xokas. El objetivo principal es estudiar si el discurso de Xokas puede entenderse como normalizador del ideal neoliberal. Así, en el trabajo se analiza la representación de ideas neoliberales en contextos supuestamente despolitizados, con el fin de mostrar la capacidad de este ideal de permear en los discursos sin darse a entender como un ideal político. Para ello, se ha desarrollado un marco teórico en el que se explica, por un lado, qué supone la creación de contenido, y por otro lado, qué es el neoliberalismo, concretando algunas de sus principales ideas. Como metodología, se ha decidido ejercer un análisis discursivo cualitativo, identificando cuatro de las ideas neoliberales concretadas durante el marco teórico y analizando la representación de estas ideas en el corpus seleccionado. Los resultados del análisis han demostrado que el discurso analizado de Xokas sí constituye una representación de ideas neoliberales. Además, se han discutido los motivos por los que este discurso supone una influencia para su audiencia. Esta investigación concluye que el discurso analizado de Xokas sí es normalizador del neoliberalismo, ya que al representar ideas neoliberales en contextos supuestamente despolitizados, puede condicionar al espectador y su manera de entender el mundo.

Palabras clave: Twitch, Youtube, Xokas, Neoliberalismo, Creación de contenido, Influencia

Abstract:

This research involves a reflection on the ability of neoliberal ideology to permeate discourses, being understood as normality and not as a political ideal. To this end, it was decided to study the politicization of discourse in the field of content creation through a discursive analysis of the content produced by the Spanish streamer Xokas. The main objective is to examine whether Xokas's discourse can be understood as normalizing the neoliberal ideal. The work analyzes the representation of neoliberal ideas in supposedly depoliticized contexts, aiming to demonstrate the ability of this ideal to permeate discourses without being understood as a political ideal. To achieve this, a theoretical framework has been developed that explains, on one hand, what content creation entails, and on the other hand, what neoliberalism is, specifying some of its main ideas. As a methodology, a qualitative discursive analysis has been chosen, identifying four of the neoliberal ideas specified during the theoretical framework and analyzing the representation of these ideas in the selected corpus. The results of the analysis have shown that Xokas's analyzed discourse does indeed constitute a representation of neoliberal ideas. Additionally, the reasons why this discourse influences its audience have been discussed. This research concludes that Xokas's analyzed discourse does normalize neoliberalism, as by representing neoliberal ideas in supposedly depoliticized contexts, it can influence the viewer and their way of understanding the world.

Keywords: Twitch, Youtube, Xokas, Neoliberalism, Content creation, Influence

ÍNDICE

0. Introducción al TFG	6
0.1. Justificación e interés del tema.....	6
0.2. Objetivos del Trabajo de Fin de Grado.....	7
0.3 Estructura del Trabajo de Fin de Grado.....	7
1. Introducción a la investigación	8
1.1 Justificación y oportunidad de investigación.....	8
1.2. Hipótesis y objetivos.....	9
2. Marco teórico	10
2.1. Creación de contenido.....	10
2.1.1. En Twitch.....	12
2.1.2. En Youtube.....	13
2.2. Sobre el neoliberalismo.....	15
2.2.1. Emprendimiento y mercantilización de la personalidad.....	17
2.2.2. Del individualismo al sentir apolítico.....	18
2.2.3. Meritocracia y auto superación.....	21
2.2.4. Sobre las dinámicas de mercado y la biopolítica.....	25
2.2.5. Competencia.....	29
3. Metodología	32
3.1. Cuál es el método.....	32
3.2. Ideas a relacionar.....	34
4. Presentación y análisis de los casos	35
4.1. El discurso de Xokas.....	35
4.1.1. Charla con Ibai.....	35
4.1.1.1. Contexto.....	35
4.1.1.2. Discurso.....	35
4.1.2. El streamer N°1.....	37
4.1.2.1. Contexto.....	37
4.1.2.2. Discurso.....	37
4.1.3. Mi nueva casa.....	41
4.1.3.1. Contexto.....	41

4.1.3.2. Discurso.....	41
4.1.4. La pareja ¿prioridad en la vida?.....	42
4.1.4.1. Contexto.....	42
4.1.4.2. Discurso.....	42
4.1.5. Saber vivir con soledad.....	43
4.1.5.1. Contexto.....	43
4.1.5.2. Discurso.....	44
4.1.6. Confiar en ti mismo.....	45
4.1.6.1. Contexto.....	45
4.1.6.2. Discurso.....	45
4.2. Repercusión.....	46
5. Resultados.....	48
6. Discusión.....	50
7. Conclusiones y limitaciones.....	53
8. Referencias.....	56
9. Anexo 1. Traducción al inglés.....	63

0. Introducción al TFG

0.1. Justificación e interés en el tema

He barajado múltiples opciones para realizar mi TFG, dado que hay tres modalidades posibles y varias temáticas de índoles variadas que me interesan. Finalmente, he decidido realizar un trabajo académico de investigación (Modalidad A) en torno al mundo de la creación de contenido y su relación con la política.

La creación de contenido es un ámbito que capta mi atención, ya que supone una novedad para el entretenimiento en internet dirigido a un público joven. La mayor parte del producto que ofrece Twitch —plataforma líder en la creación de contenido en directo, acaparando el 78,6% de la cuota de mercado con respecto a las horas de *streaming* consumidas por la audiencia (Streamlabs, 2022)— está dirigido hacia un nicho cercano a mi edad: en 2023 un 42,1% de la audiencia de dicha plataforma se encontraba entre los 18 y los 24 años, y un 32,95% entre los 25 y 34 años (Statista, 2023). Algo similar ocurre con Youtube, donde el 21,3% de los consumidores que se encuentran en este rango de los 25 a los 34 años (SproutSocial, 2024) suponen el espectro mayoritario de la audiencia.

A pesar de que en ambas plataformas he encontrado propuestas curiosas y contenido creativo, no puedo evitar ser escéptico con la creación de contenido. Me sorprende la naturalidad con la que a menudo, quien crea contenido trata con ligereza posiciones sociales, económicas, y políticas. A menudo encuentro discursos que incluyen posturas veladamente neoliberales, algo especialmente delicado si tenemos en cuenta que la principal audiencia de la creación de contenido son personas que recién alcanzaron la mayoría de edad (Streamlabs, 2022). He reconocido especialmente esta tendencia de representar ideas neoliberales sin que parezcan ideas políticas en Xokas, un creador de contenido conocido por su retórica.

Así, he decidido realizar mi Trabajo Final de Grado sobre como se puede ejercer una influencia neoliberal desde contextos supuestamente apolíticos, a través un análisis del discurso de Xokas.

0.2. Objetivos del TFG

Mi objetivo primario en este trabajo es desarrollarme en el campo de la investigación y demostrar ser capaz de realizar un análisis bien conducido, con un contenido que aporte algo de valor y perspectiva al asunto que trata.

A su vez, el trabajo tiene la intención de poner en aviso sobre el condicionamiento político que puede ejercerse desde el infoentretenimiento, enfocándolo a la creación de contenido mediante la figura de Xokas. Se pretende incitar a la reflexión sobre la importancia de observar con mentalidad crítica el contenido que consumimos, ya que la oferta cultural puede moldear nuestra manera de pensar y nuestro entendimiento de lo que nos rodea.

0.3. Estructura del TFG

El trabajo parte con esta introducción general al contexto del tema escogido. A continuación, se plantea una justificación de la oportunidad de investigarlo, así como la hipótesis de dicha investigación y los objetivos de esta. Posterior a esto, se planteará un justificado marco teórico con la intención de dar una base al análisis que posteriormente se realizará.

En el marco teórico se tratará la definición de la creación de contenido y su funcionamiento específico en las dos principales plataformas con las que vamos a lidiar, Twitch y Youtube. Posteriormente, se contextualizará y definirá uno de los conceptos principales para entender este trabajo, la ideología neoliberal, centrándonos en las ideas pertenecientes al neoliberalismo que sean aplicables en el análisis de los casos a tratar.

Tras esto, se determinará la metodología con la que vamos a trabajar, que en este caso consiste en el análisis discursivo de una serie de casos relativos al creador de contenido Xokas, circunscritos a un periodo que abarca del año 2020 al 2024 y delimitados en función de una serie de premisas expuestas en este apartado. A continuación se realizará el análisis, con la intención de llegar a unos resultados que cubran los objetivos esperados.

Posteriormente se analizarán los resultados obtenidos. Después, se discutirán los resultados obtenidos con respecto a su validez frente a otras posibles tesis y, finalmente, se aclararán las

principales conclusiones de la investigación, argumentándose si se han alcanzado los objetivos y contrastado la hipótesis. El trabajo concluye exponiendo las limitaciones del mismo y sugiriendo futuras líneas de investigación. Para acabar, se añadirán las referencias consultadas.

1. Introducción a la investigación

1.1. Justificación y oportunidad de investigación

Las posibilidades de entretenimiento audiovisual que ofrece internet han ido creciendo exponencialmente desde los comienzos de Youtube en el año 2005 (Statista, 2024a), hasta hoy. Actualmente, la creación de contenido ha crecido tanto que nos encontramos con que una mayoría del público joven prioriza el entretenimiento *online* al formato televisivo, o directamente ha sustituido uno por el otro (Gutierrez y Cuartero, 2020).

Muchos estudios han reflexionado sobre la influencia del formato televisivo en la audiencia. Se ha planteado que la televisión ofrece un contenido “basura” que condiciona al espectador más joven (Arboccó y O’Brien, 2012). También ha quedado planteado con respecto a la televisión que la sociedad española, lejos de rechazarlo, oferta y consume una gran cantidad de contenido sensacionalista.

El consumo de este tipo de programas, por parte de los espectadores españoles e italianos, es muy elevado por emitirse en cadenas de nivel nacional, así como por la constante competencia de las empresas mediáticas por conseguir el máximo nivel de audiencia (Casas, 2016, 437)

La situación con respecto al contenido televisivo en España y su relación con la audiencia está estudiada. Sin embargo, apenas he podido encontrar proyectos de investigación que contengan un análisis crítico sobre la influencia de la creación de contenido en el espectador; menos aún desde una perspectiva política. Sí se ha escrito sobre los cambios en el consumo del formato televisivo al digital, comparando la televisión con Twitch (Gutierrez y Cuartero, 2020), o incluso analizando Twitch en calidad de sustituta de la TV (Barrea, 2023). También podemos encontrar estudios sobre Twitch y Youtube de una índole más estadística, que

recogen información acerca de su consumo (Lavado, 2013), y de sus tendencias (Tirado, 2021). Se ha investigado bajo una mirada sociológica sobre el espectador de Twitch y sus motivaciones sociales (Hilvert et al., 2018), o sobre por qué decidir ver a otras personas jugar a videojuegos en lugar de jugarlos directamente (Sjöblom y Hamari, 2017), pero tan sólo he encontrado un trabajo que relacione la ideología neoliberal con la creación de contenido (Margarit, 2022). Aun así, este se trata de un trabajo que realiza su análisis discursivo en un contexto directamente relacionado con temas políticos, como lo es la marcha del creador de contenido Rubius a Andorra.

Sin embargo, no se ha analizado el condicionamiento político que se puede ejercer desde la creación de contenido, partiendo de contextos supuestamente apolíticos. Me ha parecido oportuno darle este enfoque mediante la figura del creador de contenido Xokas, realizando el análisis en función de las ideas presentes en su discurso que puedan enmarcarse en el ideal neoliberal, radicando parte del interés en ceñirnos a un corpus discursivo de temática presuntamente apolítica.

1.2. Hipótesis y objetivos

La investigación planteada parte de la siguiente hipótesis: El discurso de Xokas puede normalizar el neoliberalismo, ya que al representar ideas neoliberales en contextos supuestamente despolitizados, puede condicionar al espectador y su manera de entender el mundo.

Objetivo 1: Concretar las principales ideas del modelo neoliberal que podrían vincularse a la creación de contenido.

Objetivo 2: Encontrar y señalar casos en los que el discurso de Xokas pueda suponer una representación de ideas neoliberales desde contextos supuestamente apolíticos.

Objetivo 3: Analizar una posible representación de las ideas neoliberales concretadas en el primer objetivo, en el corpus discursivo seleccionado.

Objetivo 4: Razonar por qué el discurso analizado del Xokas normaliza posiciones neoliberales a su audiencia.

Objetivo 5: Incitar a la reflexión sobre la capacidad de la ideología neoliberal de permear en los discursos, dándose a entender cómo la normalidad y no como un ideal político.

2. Marco teórico

2.1. Creación de contenido

El concepto de creación de contenido surge para definir la labor de comunicación audiovisual realizada en internet, principalmente en Youtube, herramienta pionera en ofrecer esta nueva posibilidad (Statista, 2024a), y en Twitch, aunque también se adapta al trabajo en otras plataformas y redes sociales que no trataremos en esta investigación, como pueden ser Kick, Instagram o Tik Tok, entre otras.

Este término parece ambiguo porque permite abarcar una alta gama de variedades en lo que el trabajador puede ofrecer: la creación de contenido puede consistir en realizar análisis o reaccionar a noticias dirigidas a un nicho, en jugar a videojuegos mientras se interactúa con la audiencia, en la elaboración de *sketches* con un formato similar al televisivo, o en una simple charla informal con la audiencia; el abanico de posibilidades es infinito.

Entonces ¿qué podemos acotar sobre la creación de contenido?, es decir, ¿qué puntos en común podemos encontrar, dentro de todas sus variantes, para definir a quien crea contenido?

Todos ellos se caracterizan por la creación de contenido constante que distribuyen en las plataformas digitales a partir de lidiar y aprender de las configuraciones y arquitecturas de dichas plataformas con el objetivo de diseñar una marca reconocible de sí mismos y su contenido que atraiga a una amplia y leal comunidad de seguidores (Abidin, 2018 en Villegas, 2022, 3).

Así, podemos afirmar que la profesión de creación de contenido se restringe obligadamente a la propia naturaleza de las plataformas. Además, basándonos en la cita, podemos concretar que quien crea contenido tiene que erigirse a sí mismo como una marca, por lo que la

definición de creación de contenido vendrá determinada por una profunda relación entre la audiencia del creador y su marca. Cuando la audiencia se convierta en seguidora de la marca personal del creador, esto le posibilitará la subsistencia económica al mismo.

[...] obtener una visibilidad suficiente a partir de lograr una gran cantidad de seguidores, para transformarla en rendimiento económico directo, a través de la monetización en las redes sociales, o indirecto, a través de colaboraciones o acuerdos con marcas o abriéndose puertas laborales más allá del ámbito digital (Duffy y Wissinger, 2017 en Villegas, 2022, 3).

Esta es una relación publicitaria muy similar a la que sostiene el modelo televisivo, donde las grandes cadenas privadas buscan alcanzar el máximo de espectadores en directo posible, para poder vender espacios publicitarios a marcas y empresas interesadas en difundir sus productos o servicios alcanzando una audiencia significativa. Sin embargo, a diferencia de la televisión, Twitch y Youtube permiten un feedback directo con el espectador, lo que implica un contenido mucho más personalizable en función de lo que cada uno busque, un aspecto que puede ser atractivo para las empresas que quieran publicitarse.

El compromiso de la audiencia con el creador de contenido es más fuerte que el que se puede llegar a tener con una cadena o un programa de televisión, sobre los que tenemos una visión despersonalizada, y por lo tanto empatizaremos menos. Quien crea contenido construye su canal de emisión desde una historia y narrativa personal y humana, un valor del que no gozará la cadena. Además, quien crea contenido consigue la fidelidad de su audiencia mediante sus mecanismos de apoyo, que como veremos en los siguientes apartados, se sustenta en suscripciones, seguimiento, posicionamiento, etc.

Por lo expuesto en este apartado, podemos concretar definir a quien crea contenido por tres aspectos principales: la significación de una marca propia mediante las herramientas ofrecidas por la plataforma en la que trabaje; una interacción fluida y constante con su audiencia, y la monetización del contenido ofertado en función al tamaño y compromiso de dicha audiencia. Para poder entender la relación entre emisor y receptor en el ámbito de la creación de contenido, es pertinente entender el funcionamiento de las plataformas de creación que atañen a este trabajo, Twitch y Youtube.

2.1.1. En Twitch

Como ya hemos comentado anteriormente, Twitch es la plataforma líder en creación de contenido en directo según el consumo de su audiencia (Streamlabs, 2022). A pesar de que en Youtube la comunidad también tiene una gran relevancia, Twitch destaca la interacción de dicha comunidad con la figura creadora; ellos mismos enarbolan este funcionamiento, alegando que “construimos comunidades basadas en contenidos en directo interactivos, diversos y vanguardistas” (Twitch, 2024a).

¿Qué pide Twitch a aquel que crea contenido y qué herramientas le ofrece? Antes de desglosar el modelo que oferta Twitch, es pertinente diferenciar sus tres modelos de audiencia; el modelo básico de audiencia es el espectador o la espectadora, una persona que entra a ver el directo sin seguir al creador ni estar suscrito. Además, tiene la posibilidad de realizar seguimientos y suscripciones para apoyar el canal:

Seguimientos: Los espectadores que descubren tu canal pueden “seguir” tu cuenta. Se puede alertar a los seguidores cuando te conectes, según sus ajustes de notificaciones.

Suscripciones: Cuando seas afiliado, los espectadores podrán “suscribirse” a tu canal por un precio fijado por mes para conseguir acceso a unos beneficios adicionales definidos por ti (Twitch, 2024e).

Estos tres perfiles de audiencia participan en un chat que viene por defecto en el formato de directo de la plataforma, aunque algunos creadores o creadoras restringen el chat solo para aquellos que se suscriban. Para poder asentarse en la creación de contenido de Twitch, la plataforma plantea dos principales niveles a quienes crean, habiendo de cumplir una serie de condiciones para alcanzarlos (Twitch, 2024b). Para poder monetizar es necesario, como mínimo, conseguir afiliarse a la empresa, considerándose esto el primer nivel, y si se cumple una serie de requisitos más exigentes, será posible asociarse. Los requisitos para poder afiliarse son, en un periodo de 30 días, conseguir 50 seguidores, emitir 8 horas de directo, abrir directo como mínimo en 7 días diferentes, y promediar tres espectadores por directo (Twitch, 2024b). Para asociarse, en cambio, en el mismo plazo de 30 días hay que emitir 25 horas de directo en, al menos, 12 días diferentes, consiguiendo promediar 75 espectadores o espectadoras por directo.

Afiliarse desbloquea parte de las ventajas que se consigue al asociarse, pero en este trabajo vamos a limitarnos a explicar las ventajas de ser socio, ya que Xokas, el creador al que se ciñe nuestra investigación, está asociado. La principal ventaja de ser socio es adquirir la posibilidad de monetizar el trabajo. Esta monetización del contenido se realiza mediante cuatro elementos principales: suscripciones, emoticonos, bits, y publicidad (Twitch, 2024c). Además de la monetización, asociarse trae otras ventajas a los creadores de contenido, ya que también se desbloquean herramientas dirigidas a perfilar la marca personal del creador y mejorar el compromiso de la audiencia mediante la interacción, como emoticonos y emblemas del chat personalizados a los que podrán acceder los suscriptores en función de su veteranía (Twitch, 2024c), o la posibilidad de desbloquear mecanismos como el Tren del Hype, una reacción que se pone en marcha al recibir mucho apoyo de la audiencia que “activa una cuenta atrás durante la que todos los participantes ganan recompensas de emoticonos por apoyar el canal” (Twitch, 2024d).

Antes de finalizar, cabe mencionar que Twitch presenta otras muchas herramientas y promociones específicas —como la posibilidad de acceder a un minucioso desglose estadístico del seguimiento del canal, o los posicionamientos del directo que la empresa escoge para su página principal— que no trataremos, dado que tanto este apartado del marco teórico como el siguiente se limitan a aportar unas nociones explicativas sobre el funcionamiento de la creación de contenido de cada plataforma para propiciar el entendimiento de la investigación.

2.1.2. En Youtube

Tras evaluar el modelo de creación de contenido propuesto por Twitch, vamos a seguir los mismos pasos con la plataforma Youtube para entender su funcionamiento. La empresa destaca por haber sido la plataforma precursora en ofrecer la posibilidad de crear contenido online, empezando en el año 2005 y siendo adquirida por Google en 2006 (Statista, 2024a). Además, se trata de la segunda página web más visitada del mundo en el año 2023 (Statista, 2024b), sólo por detrás de Google, estadística que la convierte en la web especializada en contenido audiovisual más visitada.

A pesar de ofrecer posibilidades de crear contenido en directo como lo hace Twitch, no es en lo que destaca. Youtube también ofrece la posibilidad de crear *shorts*; un apartado de videos en formato corto que van saltando en función de los gustos que detecte nuestro algoritmo, pero en este formato tiene una competencia especializada que copa el mercado, como lo es Tik Tok (Valdez, 2024). Por todo esto, nos limitaremos a comentar las posibilidades que Youtube ofrece con respecto a la creación de contenido en diferido, ya que se trata del contenido más común y popular de la plataforma, y el que trataremos en el análisis de casos. ¿Qué pide Youtube al creador de contenido? Para poder monetizar el trabajo realizado, el creador de contenido tiene que entrar en el programa para socios, algo similar a lo que ocurre en Twitch. Los requisitos son: solicitar unirse al programa, residir en una zona monetizable, alcanzar los 500 suscriptores y 3 subidas públicas en los últimos 90 días, y contar con 3000 horas de visualización públicas válidas en los últimos 12 meses o 3 millones de visualizaciones públicas de Shorts en los últimos 90 días (Youtube, 2024a). Además, Youtube mejora el reparto de ingresos procedentes de anuncios y de las suscripciones a Youtube Premium, al alcanzar lo siguiente: 1000 suscriptores y bien 4000 horas de visualización públicas válidas en los últimos 12 meses O 10 millones de visualizaciones públicas válidas de Shorts en los últimos 90 días.

Una vez aclarados los requisitos para entrar en el programa de socios de Youtube, vamos a explicar las ventajas y herramientas que la plataforma ofrece. El primer aspecto a tratar es la posibilidad de generar ingresos; así define la empresa las vías existentes para monetizar el contenido:

Quando formas parte del programa, puedes empezar a obtener ingresos con los anuncios que se publican en tus vídeos largos, los anuncios entre vídeos cortos y las visualizaciones procedentes de los suscriptores de Youtube Premium. También puedes usar Compras en Youtube para ofrecer productos a tu audiencia y acceder a las fuentes de ingresos de la función Financiación por Fans, como Super Chat, Super Thanks, Super Stickers y Miembros del canal (Youtube, 2024a).

Además de la monetización, crear contenido en Youtube siendo socio tiene otras ventajas. Las principales son los mecanismos de apoyo: además de las membresías, la audiencia puede apoyar el crecimiento del creador dándole al botón de *like* en el video (Support Google, 2024a), dejando comentarios, suscribiéndose al canal de manera gratuita... Estas mecánicas

de *feedback* ayudarán enormemente al posicionamiento del video, el cual vendrá determinado por el algoritmo que emplea Youtube, que tendrá en cuenta los resultados obtenidos en estas mecánicas para su ecuación, además de otros muchos aspectos que principalmente se refieren a la personalización del usuario y al rendimiento del video (Youtube Creadores, 2022). Este algoritmo hará que el vídeo aparezca en mayor o menor medida en la franja lateral de recomendaciones, o incluso, si el video crece rápidamente en visualizaciones, destacándose en un apartado llamado Tendencias (Support Google, 2024b).

Podríamos tratar con mayor minuciosidad la multitud de herramientas y detalles que definen la creación de contenido en Youtube, pero no es necesario profundizar exhaustivamente en estos detalles para el desarrollo y la dirección de este trabajo. Llegados a este punto, hemos concretado los aspectos que definen al creador de contenido, y explicado los modelos que proponen las dos principales plataformas que vamos a tratar, por lo que quedan establecidas unas bases en el marco teórico que nos permiten entender mejor en qué consiste la creación de contenido y cómo se desarrolla bajo los modelos de Twitch y Youtube.

2.2. Sobre el neoliberalismo

Si queremos realizar un análisis en función de la representación de ideas neoliberales en el discurso de Xokas, se antoja clave esclarecer primero en qué consiste el neoliberalismo y concretar algunas características del mismo. Desde un punto de vista histórico, se ha determinado que “El neoliberalismo nace después de la Segunda Guerra Mundial en el oeste de Europa y en Norteamérica. Esta corriente surge como una vehemente reacción teórica y política contra el intervencionismo de Estado y contra el Estado de bienestar social” (Anderson, 1999, 1). Podemos situar el punto de partida de la creación de este modelo en el documento *Camino de Servidumbre*, redactado por el economista Friedrich Hayek en 1944, en el cual “realiza una vehemente reacción teórica y política contra el estado intervencionista y de bienestar” (D’Agostino, 2004, 102).

Hayek se mostraba contrario al concepto de estado de bienestar planteado anteriormente por Keynes y comenzó a organizar reuniones en Suiza con otros ideólogos y economistas, entre los que se encontraban Milton Friedman y Karl Popper (D’Agostino, 2004). Así se originó el concepto de modelo neoliberal, en estas reuniones dedicadas a “combatir el keynesianismo y

la solidaridad que reinaba, y a preparar para el futuro las bases de otro tipo de capitalismo, más duro y libre de reglas” (D’Agostino, 2004, 102). Tiempo después comenzó a probarse en la práctica esta ideología, durante el régimen dictatorial ejercido por Augusto Pinochet en Chile, y se extendió hasta poder considerarse un modelo hegemónico:

Creado por Friedrich Hayek y Milton Friedman, comenzó a implementarse en 1973, durante el régimen dictatorial del General chileno Augusto Pinochet y en 1976, durante la dictadura militar argentina. Unos años más tarde, fue instaurado por Margaret Thatcher en Gran Bretaña y Ronald Reagan en Estados Unidos. Luego de propagarse por el resto de Europa y toda Latinoamérica desde finales de la década del ‘80, a comienzos de la década siguiente se expandió a los ex países comunistas, adquiriendo una hegemonía a nivel mundial (Fair, 2008, 3).

Como podemos entender desde el documento original de Hayek, la propia naturaleza del neoliberalismo radica en la defensa de la libertad de mercado, el poder del sector privado, y la demonización del papel intervencionista del Estado. Así, podemos acotar la corriente neoliberal como un modelo que plantea una manera agresiva de entender el capitalismo.

A su vez, la ideología neoliberal no se define sólo por su teorización económica, sino que también se apoya en una serie de premisas que acaban resultando en un condicionamiento de la perspectiva de la ciudadanía. Es en este entendimiento conductual, actitudinal, y político del mundo donde nuestra investigación busca centrarse para encontrar una representación del modelo neoliberal desde el corpus discursivo que analizaremos.

Una vez hemos contextualizado el origen y la definición de la ideología neoliberal en grandes rasgos, lo primero que tendríamos que hacer es acotar teóricamente algunas de las ideas del neoliberalismo. En los siguientes puntos del marco teórico se van a concretar únicamente aquellas ideas o características pertenecientes al neoliberalismo que puedan ser de interés con respecto a los casos de análisis, para posteriormente poder trabajar en estudiar su representación en el apartado 4.

2.2.1. Emprendimiento y mercantilización de la personalidad

En el contexto del liberalismo, anterior al neoliberalismo, el concepto de emprendimiento quedaba relegado en el imaginario colectivo como un acto empresarial, una acción tomada en un contexto mercantil, ya que “para el individuo liberal la apuesta consistía en preservar el espacio mercantil de la interferencia de otras lógicas (sociales, políticas, morales)” (Rome, 2018, 100). No obstante, durante el siglo pasado, el modelo neoliberal se impone y, de la mano del fenómeno de la globalización, crece hasta poder considerarse hegemónico en todo el mundo (Fair, 2008). Este cambio de paradigma nos obliga a reformular nuestra concepción del emprender, ya que el neoliberalismo trae consigo una hiperbolización del papel del mercado y el sector privado y, por lo tanto, un cambio en el entendimiento de lo que es un negocio. Lo que plantea Díaz Gutiérrez en *La educación de la nueva subjetividad neoliberal* se antoja clave para entender esta reconceptualización del emprender.

En este modelo neoliberal la empresa es promovida a la categoría de modelo de subjetivación: cada cual es una empresa a gestionar y un capital que hay que hacer fructificar. La extensión de la racionalidad mercantil se expande a todas las esferas de la existencia humana, haciendo de la razón neoliberal una verdadera razón-mundo (Díez-Gutiérrez, 2015, 170).

La racionalidad mercantil de la que nos habla este autor —y que trataremos en mayor profundidad durante el apartado 2.2.4— es significativa a la hora de entender el concepto actual de emprendimiento. Todos somos susceptibles de considerarnos una marca en la que invertir y con la cual emprender, y salirse de estos dogmas marcados por la ideología neoliberal supondría quedar fuera de la realidad imperante, de un todo supuestamente despolitizado en el que no concebirse a uno mismo como un activo es estar desfasado del mundo actual. No auto percibirse como actor emprendedor es lo que, paradójicamente, podría entenderse como un acto político si consideramos que “Este neoliberalismo se niega a sí mismo como ideología, porque se considera la ‘razón’ misma. La dogmática neoliberal se propone como una pragmática general indiferente a sus orígenes partidarios” (Díez-Gutiérrez, 2015, 171).

De esta manera, las personas nos convertimos en marcas por nosotras mismas. No es necesario el contexto mercantil para dar lugar a nuestra faceta emprendedora: publicar una foto en Instagram es emprender, opinar en Twitter, elegir pareja... “La figura del ‘ciudadano’ deja paso al sujeto empresarial” (Díez-Gutiérrez, 2015, 170). Tras esta reconceptualización propiciada por la hegemonía neoliberal actual, cada pequeña acción que tomamos proporciona información sobre nuestra imagen de marca, y se convierte en una oportunidad de emprender. Así, es complicado acotar el concepto de emprendimiento, ya que sólo cabría entender el acto de emprender como, quizás, “llevar una acción a cabo”. Este fenómeno guarda relación con los siguientes apartados pertenecientes al 2.2., ya que como iremos viendo más adelante, son ideas que se retroalimentan entre sí.

Si las lógicas propias del neoliberalismo yerguen a cualquier ciudadano como actor que auto-emprende, podemos imaginar que en el mundo de la creación de contenido este fenómeno será hiperbólico, ya que como hemos visto durante el 2.1., es un ámbito donde cada sujeto implicado busca tomar acción para crecer comercialmente mediante el reconocimiento de su marca.

2.2.2. Del individualismo al sentir apolítico

Uno de los pilares fundamentales del neoliberalismo se yergue en la reivindicación de la autonomía personal y en la prioridad del individuo sobre el colectivo. La mentalidad individual tiene un gran peso en el ideal neoliberal, ya que “la fuerza central del neoliberalismo reside en su capacidad para imponer una determinada ética individualista que prescribe, consolida y globaliza una concepción sobre la naturaleza del comportamiento humano y sobre las aspiraciones de los individuos” (Cabanas, 2013, 175).

Así, el individualismo no sólo se consolida como una idea fundamental para el ideal neoliberal, sino que representa una característica natural al progreso y funcionamiento humano. Desde este prisma se presupone que la autodeterminación y la libertad individual serán los motores principales mediante los que buscaremos alcanzar nuestras metas. La búsqueda de nuestras metas equivale así a la persecución de la felicidad, un concepto abstracto que legitima cualquier medio en su búsqueda: “En las sociedades neoliberales, la felicidad [...] no sólo se considera un valor, sino también un derecho. Tal es así, que un

individuo cualquiera puede legitimar virtualmente cualquier decisión que toma por el hecho de que eso ‘le hace feliz’ ” (Cabanas, 2013, 215).

Estas premisas del individuo por encima del colectivo, la libertad individual, y la búsqueda de una felicidad que indiscutiblemente todos queremos, derivan hacia una narrativa que ha acabado imponiéndose en la mayoría de sociedades; el individuo neoliberal cree que las consignas del neoliberalismo son apolíticas, y les atribuye una racionalidad que eleva a este modelo por encima de lo político: “Esta transformación del neoliberalismo en ‘racionalidad’ [...], es lo que le ha permitido mantener su influencia, ya que las políticas neoliberales han conseguido perder su connotación neoliberal, para pasar a ser ‘neutrales’ ” (Martí, 2016, 114).

Entendiendo que la ética individual forma parte de la naturaleza humana, que la autodeterminación forma parte de los motivos vitales de nuestra existencia, y que la felicidad es el fin a alcanzar mediante la libertad individual, el actor neoliberal concluye que apostar por el individualismo y desechar los mecanismos colectivos —representados por los servicios públicos— no es un acto político, sino una consecuencia lógica del estado natural del ser humano, una acción tan natural como despolitizada. De esta manera, el individualismo y el sentir apolítico son dos conceptos ligados entre sí, y a su vez, pertenecientes al marco neoliberal.

La prédica del campo de la derecha, a través de sus interminables instrumentos de dominación, intenta desechar toda forma de protesta. [...] Aparecen entonces monstruosidades ideológico-culturales que terminan siendo la “normalidad” [...] se entroniza el individualismo, la cultura del “sálvese quien pueda” y otras preciosuras por el estilo: [...] “Izquierda y derecha son conceptos superados”, “Estamos en la postmodernidad” (Colussi, 2018, 443).

La visión apolítica del modelo neoliberal que tanto ha calado no podría entenderse sin el individualismo actual, y sin embargo, supone un ejercicio enormemente político. Hay política en el abandono del sentimiento de pertenencia de clase, en la denostación del colectivismo, y por supuesto, en la demonización del sistema público y en el olvido de su importancia como blindaje colectivo: “El neoliberalismo ha estado décadas reivindicando el derecho a la

diferencia y a la individualidad, frente a lo que ellos llamaban la uniformidad colectivista y socialista, que tanto rechazaban.” (Bernabé, 2018, 6). Hay política, entonces, en la victoria de la individualidad frente a la uniformidad colectivista; política neoliberal.

La desacreditación del sistema público por parte de aquellos que podrían ser potencialmente los mayores beneficiarios de sus virtudes podría considerarse el mayor triunfo del capitalismo neoliberal: “El proyecto del neoliberalismo destruyó la acción colectiva y fomentó el individualismo de una clase media que ha colonizado culturalmente a toda la sociedad” (Bernabé, 2018, 7). El individuo proletario ha dejado de entenderse a sí mismo como proletariado, pasando a concebirse como agente de un mercado en el que todos participamos y todos tenemos posibilidades de crecer. A su vez, asocia al entramado de lo público con un socialismo trasnochado e inviable; la intervención y regularización estatal, con tantos impuestos y restricciones, supone una limitación y carece de sentido. Así, el carácter del sistema y los servicios públicos queda enfrentado con los intereses del individuo neoliberal, que solo quiere prosperar por su propia cuenta. El enfrentamiento no se dará en ningún caso por el carácter político existente en la defensa de lo privado frente a lo público; más bien vendrá dado por la naturaleza individual y libre del ser humano, y su esencia combativa contra sus limitaciones: bajo esta lógica, lo político se encuentra el intervencionismo del estado, la lucha contra el intervencionismo es la lucha por la libertad.

El analfabetismo relacional es la consecuencia final de la ideología que entroniza el individualismo como eje de la vida social, y que se expresa en un modelo de consumo en el que sólo existe el mercado, individualizando las prácticas, fragmentando y encerrando a cada persona en el sueño de la autosuficiencia (López, 2007, 261).

Podemos dirimir de lo aquí expuesto que el individualismo hace del ciudadano medio un actor neoliberal que, a su vez, no es consciente de la connotación política de su posición. Esta concepción individualista del mundo marca una suerte de grado cero para el ciudadano medio en el que las características del neoliberalismo se convierten en un estado natural del ser humano, mientras que cualquier elemento que entorpezca la libertad del individuo, sí que presentará una connotación política.

Cabe resaltar que las nuevas formas de comunicación refuerzan el individualismo: “Las Tecnologías de la Información y Comunicación son especialmente atractivas, y con mucha

facilidad pueden pasar a ser adictivas [...]. Estas herramientas son el vehículo por excelencia para llevar la nueva ideología neoliberal, individualista, despreocupada por lo social” (Colussi, 2018, 444), con lo que la idea de individualismo resulta interesante para nuestro análisis.

2.2.3. Meritocracia y auto superación

En el ideal que plantea el neoliberalismo, la meritocracia es un pilar fundamental que se presenta como un sistema justo de recompensa, donde las oportunidades económicas y sociales son el resultado de las habilidades personales y el sacrificio que cada uno dedique a su crecimiento.

El concepto de meritocracia que se usa en la actualidad está ligado a la idea de que todos los individuos pueden alcanzar una movilidad social ascendente si se lo proponen. Es decir, se asume que las personas pueden incrementar sus ingresos y ascender en la escala social a través de su talento y esfuerzo (Villavicencio, 2021).

Este horizonte es seductor, ya que traduce el esfuerzo personal a la recompensa como si esto fuera una certeza. Es una idea consecuente con el individualismo y el auto entendimiento del ciudadano como emprendedor. Se podría entender como una ejemplificación actual del imaginario del sueño americano “concebido como la expectativa de los migrantes para conseguir estabilidad económica que les permita obtener bienes materiales, y emplearse en ocupaciones acordes con su calificación y con óptimas condiciones laborales” (Zamora, 2009, 117). Si bien esta idea estaba vinculada inicialmente a un contexto migratorio, a día de hoy el sueño americano ha quedado en nuestro imaginario como una fantasía de crecimiento meritocrático que responde a una necesidad de control sobre el ascenso en nuestra posición y estatus. Multitud de películas de referencias culturales parecen legitimar esta idea de ascenso del individuo mediante su esfuerzo como cierta. ¿Acaso es realmente así? ¿Cuándo ha representado el sueño americano una vía real de progreso para el ciudadano?

El sueño americano, como casi todos los sueños, comparte muchos elementos del mito. En el siglo xix consistió, en gran medida, en lo que ilustraban las novelas de Horatio Alger: “Somos pobres de solemnidad, pero trabajaremos mucho y saldremos adelante” (Chomsky, 2018, 9).

De la misma manera que Chomsky relaciona el sueño americano con el concepto de mito y lo asocia a la condición de novelesco, y volviendo al paralelismo establecido entre sueño americano y meritocracia, hay mucho que decir sobre el funcionamiento de esta última. La idea de meritocracia se podría poner en duda porque su propuesta no está fundamentada en un funcionamiento empírico; se vale de la fe que tenemos en nosotros mismos y en nuestras posibilidades para convencernos de su sentido, apelando a nuestras ganas de ver concretada dicha fe en resultados.

No es complicado pensar el por qué la meritocracia ha sido tan aceptada, el hecho fundamental de que el esfuerzo pueda significar de mejores condiciones de vida; tener un mejor trabajo o disfrutar de lo que una clase social alta te pueda ofrecer (Martinez, 2019, 6).

Así, a la idea de meritocracia se le puede reprochar cómo aprovecha la ilusión del individuo para plantear una idea de emprendimiento que difícilmente se concretará en un cambio significativo de su situación. Los conceptos que venimos tratando durante el marco teórico se asocian entre sí mismos para configurar el ideal neoliberal: La meritocracia no podría entenderse sin que el ciudadano interiorice primero una concepción individualista de la vida, constituyéndose en una figura sobre la que emprender, y compitiendo —abordaremos la idea de competencia en el 2.2.5— por una vida mejor en un mercado de igualdad de oportunidades. Bajo esta premisa meritocrática, el individuo crecerá gracias a sus decisiones y aptitudes. Por esta misma lógica, Quien no logre progresar en esta sociedad deberá su fracaso a una responsabilidad puramente individual. Quizás tendría que haberse esforzado más, o nunca fue lo suficientemente brillante.

el capitalismo ha ganado terreno en la mayor parte de los Estados gracias a las ideas de la meritocracia que son implantadas en la sociedad, lo que genera el estigma de que la pobreza es un resultado individual y ciega el hecho verídico de que es una condición estructural, política y social (Hernandez, 2021, 272).

Es fácil encontrar injusticias dentro de la lógica que el pensamiento meritocrático propone. Múltiples estudios que abordan la movilidad del ciudadano entre clases y estratos sociales

desde una perspectiva sociológica (Castillo et al., 2019), (Campaz-Camacho, 2022) concluyen que el esfuerzo o la ausencia de este no es el motivo principal que imposibilita la escalada de clase social: este ascenso se ve lastrado por múltiples factores que rodean a la persona con independencia de su capacidad de sacrificio, ya que “la meritocracia no puede existir siempre que la pobreza sea un problema estructural y simbólico, y no sólo económico y de competencias” (Hernandez, 2021, 270). Las condiciones culturales y económicas cobran mucha importancia en la ecuación, entre otras variables; la meritocracia obvia estas barreras en su planteamiento, por lo que podemos afirmar que esta idea “contradice el principio de la igualdad, ya que todos nacemos en condiciones diferentes, y por ende provenimos de diferentes condiciones sociales, pensar que todos partimos de un mismo punto es un error tan simple como común” (Martinez, 2019, 4).

La idea de la meritocracia parece más funcional para aquellos que parten con mejores posibilidades de nacimiento, lo cual resulta contradictorio con la raíz del propio concepto, que sitúa el foco en el mérito individual y no en el contexto del individuo. Si tenemos en cuenta que “quienes se perciben ocupando posiciones superiores en la escala social también perciben un mejor funcionamiento de la meritocracia” (Castillo et al., 2019), podemos interpretar que de esta manera la meritocracia acaba siendo un ideario legitimador de su esfuerzo para aquellos que parten con una posición alta en la escala de privilegios. Además, cuando se ha sometido a estudio (Castillo et al., 2019; Campaz-Camacho, 2022), la meritocracia se ha destapado como un sistema que exponencia las desigualdades.

“la noción de mérito –quién merece recibir qué, y por qué razones– es contingente al orden social y sus estructuras de poder. Todo orden meritocrático es, por tanto, potencialmente una estructura de opresión, una forma de perpetuar desigualdades y privilegios” (Cociña, 2013, 2).

Dentro de este fenómeno meritocrático encontramos una paradoja clave para explicar el triunfo del neoliberalismo: Aunque la idea de la meritocracia conviene a las personas que gozan de una posición acomodada, esta idea también seduce a muchos de los que parten de las posiciones más bajas dentro de la escala de privilegios:

los individuos de mayores ingresos tienden a subestimar los privilegios con los que nacieron, justificando su éxito profesional como resultado de su propio esfuerzo. Por

otro lado, la creencia en la meritocracia también está muy presente en las mentalidades de las personas de bajos ingresos. Lo que resulta paradójico al considerar que rara vez pueden alcanzar una movilidad social ascendente (Villavicencio, 2021).

La defensa de la meritocracia por parte de aquellos a los que menos conviene no puede entenderse sin la profunda despolitización que fomenta el individualismo del que hablábamos en el punto anterior. El ciudadano perteneciente a la clase baja ha dejado de creer en los servicios públicos, y entiende el intervencionismo del estado como algo que le perjudicará, ya que se percibe a sí mismo como un actor emprendedor. Defiende la meritocracia obviando que sus condiciones de partida le aseguran una competición injusta, creyendo que esta descompensación se ajustará a base de esfuerzo.

La promesa de que todo el mundo puede ascender en la escala social se ha mostrado como algo virtualmente imposible en las sociedades neoliberales y, sin embargo, en una coyuntura cultural y global donde las clases bajas se ven a sí mismas con las mismas oportunidades y capacidades que las demás, este ideal característico de la clase media y profesional no ha cesado de expandirse y de tenerse como una posibilidad enormemente seductora (Cabanas, 2013, 208).

Así, el ciudadano de clase baja ya no lucha por un sistema que tenga en cuenta su condición económica y social. Al percibirse como una figura emprendedora, luchará por sí mismo y su crecimiento, entrando en un bucle de auto superación en el que, debido a su contexto, rara vez alcanzará la tierra prometida. En la idea de la meritocracia, la auto superación es un concepto clave porque se yergue como el motor mediante el cual se alcanzará el éxito, y se presupone una certeza que casi nunca es tal. Aun así, al presentarse como un motor veraz, nuestra capacidad o incapacidad de superar nuestros límites propios y entregar nuestro esfuerzo nos convierte en responsables de nuestro sino bajo el ideal meritocrático neoliberal.

Configurado a partir de este principio universal de la competencia como norma de conducta, el emprendedor sólo cuenta consigo mismo. De allí que deba ser autosuficiente, auto-responsable (tanto de sus éxitos como de sus fracasos) y deba auto-promocionarse y auto-gobernarse. En este marco, la autoestima y la auto-superación se vuelven fundamentales (Rome, 2018, 100).

Bajo la premisa de la auto superación en un contexto meritocrático, la posición de cada ciudadano dependerá de su esfuerzo individual, y por lo tanto será su propia responsabilidad. Al ser su responsabilidad, cualquier forma de ayuda por parte del estado no solo será innecesaria, si no que desmeritará la capacidad de salir adelante de la persona en cuestión; ablandándola, restándole capacidad de valerse por sí misma. Así, el ideal meritocrático, basado en preceptos como la auto superación, contribuye al convencimiento generalizado de que las consignas propias del neoliberalismo forman parte del estado natural del ser humano, y por lo tanto cualquier acción del estado podrá entenderse como anti natural o intrusiva, ya que restringirá la capacidad de valerse por sí mismo y crecer del individuo.

Bajo la superficialidad de esa lógica es fácil romantizar los sacrificios que realizan las personas que viven en pobreza extrema en un intento para mejorar su realidad y así eximir al estado de la obligación de la correcta distribución de justicia (Hernandez, 2021, 270).

2.2.4. Sobre las dinámicas de mercado y la biopolítica

El neoliberalismo basa gran parte de su idea política y económica en la libertad del mercado, y por lo tanto, del sector privado, en detrimento del gobierno y los servicios públicos. El mercado constituye un eje fundamental dentro del modelo neoliberal que, a su vez, refuerza el individualismo en el ciudadano, ya que “Es el mercado el eje de un sistema mundial único inducido por procesos de globalización bajo principios del liberalismo económico que eleva las libertades del individuo hasta lograr su aislamiento” (Vargas, 2007, 83). Tras el auge neoliberal, las dinámicas propias del mercado ya no limitan su significado al ámbito económico, si no que parecen permear hasta arraigar en el comportamiento de los individuos que conforman la población:

aunque desde el discurso neoliberal se afirma que la liberalización del mercado conduce al éxito y crecimiento de las sociedades, lo que sucede es que se reproduce un comportamiento basado en elecciones individuales, irreductibles e intransmisibles que al final se refieren incondicionalmente al individuo (Valencia, 2009, 249).

La población condiciona su manera de ser y entender bajo las lógicas propias del mercado, lo que propiciaría una disposición ideal del ciudadano para el encaje en el modelo neoliberal. Para abordar esta temática del condicionamiento al ciudadano, resulta interesante conocer el concepto de “biopolítica”, un neologismo desarrollado por el filósofo, historiador y sociólogo Michel Foucault. Durante el desarrollo de sus clases, Foucault

Introduce el estudio del término biopolítica que no es otra cosa que, la manera en que a partir del siglo XVIII se ha intentado agrupar y estudiar desde la práctica gubernamental, los fenómenos propios de un conjunto de seres vivos organizados bajo la etiqueta de población (Ávila y Ávila, 2009, 2).

Durante sus clases en el Collège de France en los años 1978-1979 (Foucault, 2007), Foucault comienza a desarrollar la explicación de este término. Su idea parte de un contexto en el que la biopolítica se ejerce por parte del estado —no en su acepción pública, sino como parte gobernante— con interés de control o sumisión del ciudadano hacia sus consignas. Este concepto se relaciona profundamente con el de gubernamentalidad, también acuñado por él durante esta etapa, el cual define de la siguiente manera: “lo que propuse llamar gubernamentalidad, es decir, la manera de conducir la conducta de los hombres” (Foucault, 2007, 218). De esta manera, la gubernamentalidad queda ligada con el condicionamiento de la biopolítica del que antes hablábamos: “Podemos entender la gubernamentalidad como un tipo de poder expresamente configurado en técnicas y tácticas orientadas a ser aplicadas sobre la gente” (Belaustegi, 2017, 29).

¿Qué relación guardan tanto biopolítica como gubernamentalidad con las dinámicas del mercado y el neoliberalismo?. Pues bien, si en un principio Foucault parte de estos conceptos, durante sus clases parece reflexionar sobre esta vinculación con la ideología neoliberal (Foucault, 2007), llegando a conclusiones más pertinentes a este apartado del marco teórico:

la tercera característica de esa difusión del neoliberalismo en los Estados Unidos es que la gubernamentalidad neoliberal, en vez de ser, de alguna manera, propiedad casi exclusiva de las autoridades oficiales y sus asesores, como sucede en Francia, se presenta al menos en parte como una suerte de gran alternativa económico política que toma la forma, en un momento determinado por lo menos, de un movimiento de

oposición política, si no de masas, no obstante expandido con grata amplitud dentro de la sociedad norteamericana (Foucault, 2007, 227).

De esta manera, mediante el ejemplo estadounidense, el filósofo francés reflexiona sobre cómo la gubernamentalidad neoliberal ya no es ejercida por la autoridad estatal como había observado en otros países, sino que es presentada bajo una serie de consignas alejadas de la política que convencen al ciudadano. Si no las emite el Estado, dichas consignas sólo podrán vendrán marcadas por el sector privado, postulándose como la alternativa apolítica que señala Foucault y que ya nos suena de puntos anteriores. Foucault nos deja una última cita en este trabajo que termina de relacionar la biopolítica con el neoliberalismo: “Les aseguro que, pese a todo, en un comienzo tuve en verdad la intención de hablarles de biopolítica, pero después, como las cosas son lo que son, resulta que terminé por hablarles extensamente -demasiado extensamente, tal vez- del neoliberalismo” (Foucault, 2007, 217). Así, el autor francés parece concluir que para la correcta comprensión del término que venía desarrollando, resulta necesario entender la naturaleza de la ideología neoliberal.

Una vez expuestos ambos conceptos, biopolítica y gubernamentalidad, y esclarecido su interés para este trabajo en su relación con el neoliberalismo, podemos preguntarnos ¿cómo se relaciona todo esto con las lógicas de mercado?

La biopolítica neoliberal explora todas las variables biológicas, culturales, simbólicas de los deseos y de la vida íntima de los individuos, como un mercado autogestionable, que implica la autorregulación de las personas; se refiere a las decisiones cotidianas que se convierten en estrategias economicistas orientadas a la optimización de sí mismos (Peña, 2012, 82).

Si biopolítica y gubernamentalidad son dos conceptos que giran en torno al condicionamiento del individuo en pos de unos intereses, contemplando ambos términos desde el neoliberalismo, se verán intrínsecamente relacionados con el mercado debido a su papel en esta ideología. Así, en las sociedades neoliberales, este condicionamiento se establecerá enfocado hacia una mentalidad mercantil en el ciudadano. Se trata de su manera de entender y procesar su día a día, su forma de administrarse y entender las relaciones sociales, sus deseos, sus aspiraciones, etc. Atendiendo a los conceptos ya expuestos de biopolítica y gubernamentalidad, este condicionamiento situará una predisposición propicia del individuo

ante el modelo neoliberal, ya que las dinámicas de mercado se asientan como la normalidad del ciudadano: “el neoliberalismo permite una desgubernamentalización, en el sentido moderno, de las prácticas sociales, pero hace que la razón mercantilista sea la voluntad de poder que domina las prácticas gubernamentales, pero también las sociales e individuales” (González, 2019, 3).

Así, las dinámicas o lógicas de mercado se establecen como una idea no puramente económica, sino también social y cultural, enraizándose en nuestra manera de entender el mundo y filtrando nuestra visión de la amistad, el amor, nuestros deseos y nuestras aspiraciones. “En el neoliberalismo, lo material y lo no material, lo circunstancial y lo personal, forman parte de la misma lógica del mercado y del consumo” (Cabanas, 2013, 229). Esta lógica favorecerá sin duda los intereses del capitalismo neoliberal, facilitando la gubernamentalidad del ciudadano hacia sistemas encajados en este molde, ya que “la racionalidad neoliberal hace de la vida un mero eslabón en la imparable expansión de los mercados y los intereses financieros del capitalismo globalizado” (Castro, 2009, 166). Cabe destacar cómo las dinámicas de mercado se relacionan con otros apartados del 2.2., y que estas ideas pertenecientes al neoliberalismo se entrelazan entre sí formando un conjunto. Podemos entender el paso del liberalismo al neoliberalismo en la relación de conceptos que ya hemos expuesto como parte de un todo, como pueden ser la potenciación de las dinámicas de mercado con el individualismo y con la figura del emprendedor.

Si para el individuo liberal la apuesta consistía en preservar el espacio mercantil de la interferencia de otras lógicas (sociales, políticas, morales), el individuo en tanto que emprendedor de sí, toma forma a través de una extensión de la lógica del mercado a la totalidad de la vida. Así, la vida entera es concebida desde un punto de vista económico que consiste en la asignación estratégica y eficaz de medios escasos para alcanzar fines antagónicos (Rome, 2018, 100).

La figura individual del actor emprendedor tratada en el 2.2.1. se antoja clave para entender cómo se establecen las lógicas de mercado en nuestra perspectiva vital. Así, podemos entender la fuerte vinculación de las dinámicas de mercado en nuestra vida más allá de lo económico. Las dinámicas de mercado son una idea fundamental en la ideología neoliberal, ya que “La lucha contra el neoliberalismo es también contra la mercantilización del mundo” (Vargas, 2007, 85).

2.2.5. Competencia

El concepto de competencia se relaciona con todas las ideas anteriormente expuestas, ya que “El neoliberalismo se puede definir como el conjunto de los discursos, de las prácticas, de los dispositivos que determinan un nuevo modo de gobierno de los hombres según el principio universal de la competencia” (Laval y Dardot, 2013, 15). Interpretando esta cita, si la competencia es el principio universal en el que basarse, las prácticas o ideas neoliberales serán las opciones coherentes mediante las cuales gobernarse.

Hemos visto que bajo los dogmas neoliberales cada individuo es susceptible de autoentenderse como figura emprendedora. Bajo la premisa meritocrática, la libre competencia es el tablero de juego en el que entenderse como emprendedor, ya que “El sujeto neoliberal debe seguir el modelo de la empresa, se trata de un individuo-empresa que se ha forjado como emprendedor en la relación de mercado competitiva” (Belaustegi, 2017, 30). El autoentendimiento por parte del proletariado como sujetos emprendedores favorece a la empresa, ya que favorecer la competencia entre trabajadores empuja a una sobre productividad por parte de estos y juega en contra de sus salarios “Es un alineamiento de subjetividades (emociones, deseos, pasiones...) donde la empresa controla “suavemente” el autocontrol de los empleados promoviendo su espíritu emprendedor y mutuamente competitivo con el resultado de promover la autoexplotación” (Belaustegi, 2017, 30). La figura del emprendedor, este individuo-empresa, no tiene sentido si no se halla en un marco competitivo en el cual crecer y destacar por su esfuerzo y su auto superación, ya que el concepto de destacar implica hacerlo frente a alguien.

Continuando con la relación con la figura del emprendedor como empresa de sí mismo, “hay que entender el neoliberalismo en términos de lo que parece ser una racionalidad competencial entendida al modo de la empresa” (Belaustegi, 2017, 29), con lo que la competencia es lo que le da la razón de ser al neoliberalismo: su interiorización por parte del ciudadano es imprescindible para poner en movimiento el libre mercado y favorecer a la empresa. Así, el principio de competitividad condiciona nuestra manera de ser y entender, a la vez que juega un papel clave para legitimar las desigualdades que se generan desde la praxis del modelo neoliberal:

El neoliberalismo define cierta norma de vida en las sociedades occidentales y, más allá de ellas, en todas las sociedades que las siguen en el camino de la «modernidad». Esta norma obliga a cada uno a vivir en un universo de competición generalizada, impone tanto a los asalariados como a las poblaciones que entren en una lucha económica unos con otros, sujeta las relaciones sociales al modelo del mercado, empuja a justificar desigualdades cada vez mayores, transforma también al individuo, que en adelante es llamado a concebirse y a conducirse como una empresa (Laval y Dardot, 2013, 14).

Una de las claves del triunfo del modelo neoliberal es la adopción del principio de competencia en torno al cual gira este modelo. Este principio de competencia que configura nuestra manera de entender el mundo, también enfrenta a trabajadores en beneficio de la empresa.

Como principio general de gobierno, la “competitividad” representa precisamente la extensión de la norma neoliberal a todos los países, a todos los sectores de la acción pública, a todos los dominios de la vida social, y la puesta en marcha de esta norma es lo que conduce [...] a introducir la competencia entre los asalariados de los países europeos y de los otros países del mundo, con la consecuencia de una deflación salarial y desigualdades crecientes (Laval y Dardot, 2013, 19).

También cabe destacar el rol del estado en la normalización del principio de competencia. Parece paradójico, ya que el discurso neoliberal demoniza el intervencionismo del estado, pero lo cierto es que los estados que ejercen políticas neoliberales ayudan a configurar nuestra visión normalizada de estas, principalmente desde el papel del sistema educativo, donde podemos ver una importancia fundamental del principio de competencia.

Los Estados llevan a cabo políticas muy “intervencionistas” con el objetivo de modificar profundamente las relaciones sociales, así como el papel de las instituciones de protección y educación, orientando los comportamientos mediante la introducción de una competencia generalizada entre los sujetos (Laval y Dardot, 2013, 17).

Partiendo del propio sistema educativo, el ciudadano crece interiorizando un principio de competencia que le individualizará, configurando su mirada de manera para que encaje con la

sociedad neoliberal en la que vive, y lejos de educarse en una mirada colectivista. Esta praxis se relaciona con el concepto de biopolítica expuesto en el apartado anterior, ya que desde la educación en la competitividad se favorece la gubernamentalidad del ciudadano para el modelo neoliberal. El principio de competencia es, además perfecto para la idea de meritocracia:

no se trata de una competencia limitada, contextualizada o suficiente. Como principio que es, la competencia remite a un desarrollo ulterior y ascendente que no tiene fin, es un proceso, es una progresión, es una dirección sin estación de llegada, es un trabajo de cotejo y superación permanente (Belaustegi, 2017, 35).

El principio de competencia resulta clave para entender el funcionamiento del modelo neoliberal, ya que si estudiamos la manera en la que se relaciona directamente con la mayoría de conceptos desarrollados con anterioridad, podemos concluir que la competitividad ejerce un papel facilitador para la integración de la mayoría de los dogmas del ideal neoliberal, especialmente para el mantra de la auto superación.

el Estado desigualitarista es un estado competencial que genera, como resultado de las situaciones de competencia maximizada, vencedores, supervivientes y perdedores; pero no genera para estos últimos un proyecto estable y positivo de identidad, más allá de la posibilidad de purgar la pena de inadaptación mediante el credo del emprendizaje (Belaustegi, 2017, 35).

3. Metodología

3.1. Cuál es el método

Para analizar el discurso presente en la creación de contenido de Xokas, primero tenemos que acotar el corpus al que ceñirnos. Lo hemos delimitado bajo las siguientes premisas: Con respecto a la elección del creador, el primer criterio que hemos establecido es que fuese nacido o residente en España, ya que la comunidad de creación de contenido de habla hispana es muy extensa y en este trabajo nos interesa delimitar el estudio al ámbito nacional. El segundo criterio es la relevancia: estudiar el discurso de un creador de contenido que tenga una gran repercusión, justificado con su alcance en cifras; las piezas con las que trabajemos no han de bajar de las 400.000 visitas en Youtube y de los 1000 espectadores en directo en Twitch. Como tercer criterio, valoramos que su contenido sea principalmente retórico. Bajo estos tres criterios, hemos decidido ceñirnos a analizar el discurso de Xokas.

Por otro lado, también es necesario exponer cómo hemos delimitado el corpus del discurso que vamos a analizar, ya que analizar la totalidad de su discurso es inviable por razones obvias. Aquí, hemos establecido otros tres criterios: primero, como pretendemos estudiar nuestra hipótesis en un corpus actual, las piezas audiovisuales en las que se estudiará el discurso han de haberse emitido del año 2020 al año 2024. Segundo, las piezas han de haberse emitido en Youtube o Twitch en un canal oficial, ya sea del propio Xokas o en una colaboración con otro creador o creadora de contenido. Tercero, el discurso a analizar tiene que venir de piezas en las que no se trate de manera directa contenido político, siendo este un criterio clave para la hipótesis de este trabajo; uno de los motivos de este estudio es analizar la presencia de ideas neoliberales en contextos supuestamente despolitizados, con lo que el corpus ha de cumplir con esta premisa. Se han descartado piezas audiovisuales en las que Xokas trata temáticas como las tributaciones, posiciones políticas, o el fenómeno de los creadores de contenido que se mudan a Andorra para evadir impuestos (Margarit, 2022).

Para trabajar en nuestra investigación, vamos a adoptar como metodología la realización de un análisis discursivo cualitativo en una serie de casos relacionados con la creación de contenido de Xokas. Hemos descartado una metodología de análisis cuantitativa bajo la siguiente lógica:

el debate no se encuentra en la posibilidad o no de combinar la investigación cualitativa con la cuantitativa [...], sino en la viabilidad de la metodología cuantitativa en sí misma para estudiar fenómenos discursivos que son procesos y, por tanto, su tratamiento como categorías o unidades discretas resulta más difícil. En mi opinión, la metodología cuantitativa puede ser un complemento útil en particulares momentos de la investigación, pero no parece adecuada como un sustituto para el análisis de la complejidad del significado que se construye en el devenir discursivo (Morales-López, 2011, 11).

La intención del análisis es encontrar y señalar casos —ciñéndonos al corpus expuesto— en los que el discurso de Xokas pueda suponer una representación de conductas neoliberales. Para esto, analizaremos cada discurso en función de una serie de ideas asociadas al neoliberalismo, ideas que ya hemos expuesto en el marco teórico y que concretaremos en el siguiente apartado. Asociar el significado del discurso a estas ideas expuestas anteriormente es determinante porque “las opciones lingüísticas que realiza un hablante al emitir un mensaje adquieren siempre un valor determinado en la situación comunicativa real porque conectan su mensaje con otros mensajes emitidos, con otros eventos y con otros actores sociales” (Morales-López, 2011, 5). De esta manera, un discurso puede ser perteneciente al marco del ideal neoliberal en función de su vinculación con este, y por lo tanto es esta relación lo que nos interesa estudiar en nuestro análisis. Cabe destacar que hemos fundamentado parte de la metodología que emplearemos en el artículo al que pertenece la anterior cita, *Hacia dónde va el Análisis del Discurso*, elaborado por Esperanza Morales-Lopez para la revista Tonos en 2011.

Aunque al análisis se centrará principalmente en el discurso verbalizado por Xokas, también se podrá tener en cuenta la propia naturaleza de los casos expuestos como parte de la dimensión comunicativa del discurso, ya que “lo que se está analizando no es solamente un fenómeno lingüístico concreto, sino todo el evento comunicativo” (Hymes, 1972, 1974 en Morales-López, 2011, 3). También nos parece pertinente, si en algún caso es necesario y está justificado, evaluar la ausencia de comentarios como parte del discurso, ya que para analizar el discurso “no sólo es crucial detectar las voces presentes, sino también las ausentes” (Morales-López, 2011, 11).

Dividiremos la estructura del análisis de la siguiente manera: En primer lugar, con la intención de facilitar su entendimiento y exponer su carácter inicialmente apolítico, contextualizaremos cada caso que vayamos a tratar. Posteriormente realizaremos el análisis discursivo, siempre en función de las ideas que concretaremos en el apartado 3.2., justificadas durante el marco teórico como pertenecientes al ideal neoliberal. Tras haber repetido el proceso anterior en todos los casos, reflejaremos la repercusión del discurso en base al seguimiento del creador de contenido y el alcance de cada pieza. Finalmente, sintetizaremos en el apartado 5. los resultados obtenidos del estudio, concretando las ideas generales del mismo.

3.2. Ideas a relacionar

La metodología parte de realizar el análisis de casos buscando la representación de ciertas ideas neoliberales en el corpus discursivo. Durante el marco teórico, hemos acotado las ideas del marco neoliberal que pudieran ser interesantes en función de su potencial relación con la creación de contenido. Hemos establecido estas cuatro ideas principales para estudiar su representación en el corpus discursivo:

Individualismo: En apartado 2.2.2. hemos determinado el papel fundamental que juega dentro del ideal neoliberal el individualismo.

Meritocracia: Como hemos determinado en el apartado 2.2.3, el concepto de meritocracia es determinante en el ideal neoliberal.

Dinámicas mercantiles: Las dinámicas o lógicas mercantiles son un dogma principal para el neoliberalismo, como hemos visto durante el apartado 2.2.4.

Competitividad: En el apartado 2.2.5 hemos expuesto que el principio de competencia es uno de los ejes principales del modelo neoliberal.

4. Presentación y análisis de los casos

4.1. El discurso de Xokas

4.1.1. Charla con Ibai

4.1.1.1. Contexto

Ibai Llanos, figura referente en cuanto a creación de contenido en Twitch y Youtube, tiene un proyecto de entrevistas en Youtube llamado “Charlando Tranquilamente”. En su edición número 33, Ibai entrevista a Xokas, a quien ya entrevistó en una de las primeras ediciones del canal (Charlando Tranquilamente, 2021). Ahora que Xokas ya ha tocado techo, juntos hacen un recorrido de la trayectoria profesional de este, así como del panorama actual de la creación de contenido y de otros temas.

4.1.1.2. Discurso

Durante la entrevista, Ibai pregunta a Xokas si era más feliz en sus inicios como creador de contenido que en la actualidad, a lo que este le contesta “Era más feliz porque vivía con mucha más ilusión. Ahora ya lo tengo todo, ya no tengo tanta ilusión” (Charlando Tranquilamente, 2024, 0h16m02s)¹. Si analizamos esta respuesta, podemos ver que esconde una relación con la idea de meritocracia, ya que como hemos visto durante el marco teórico, la meritocracia se fundamenta en gran parte en el mantra de la auto superación. Aquí, Xokas asocia la idea de la felicidad a la eterna persecución de la auto superación —representada por lo que menciona como “ilusión”, la ilusión de conseguir el objetivo—, por lo que una vez recorrido ese camino y alcanzada su meta, es menos feliz. También podríamos relacionar este discurso con la idea del individualismo, ya que como hemos visto en el 2.2.2., bajo el ideal neoliberal, la autodeterminación forma parte de los motivos vitales de la existencia, siendo la felicidad el fin a alcanzar mediante la libertad individual de ascender. Cuando Xokas continúa con su *speech* en la misma respuesta, afirma que “Yo de aquellas me levantaba cada día ilusionado, porque tenía un sueño, un objetivo, un objetivo que ahora ya no tengo. Ahora ya

¹ Todas las citas pertenecientes al apartado 4. se basan en transcripciones realizadas por mí mismo, extraídas fielmente de los videos citados, referenciados en el apartado 8.

lo tengo todo” (Charlando Tranquilamente, 2024, 0h16m47s). Una vez realizado su ascenso social y alcanzada la autodeterminación de su individuo, queda legitimado su esfuerzo, ya que en la idea de meritocracia el esfuerzo es el motor que le habrá permitido recorrer su camino individual hasta alcanzar la cima. Se trata, sin duda, de ideas enmarcables bajo los conceptos neoliberales de meritocracia e individualismo.

Continuando la entrevista, Ibai saca a colación la plataforma Kick, un nuevo modelo de creación de contenido que pretende hacer competencia a Twitch (Blanco, 2023). Cuando Ibai le pregunta a Xokas si se ha planteado cambiarse a Kick, este contesta lo siguiente:

Me lo pensé, pero no puedo dejar de competir en el sitio donde están los mejores. [...] No me puedo ir de donde estás tú, no me puedo ir de donde está Rubius, no me puedo ir de donde esta Auron, donde esta Knekro, Juan... No me puedo ir de aquí. Compito aquí (Charlando Tranquilamente, 2024, 2h12m21s).

El discurso que aquí presenta Xokas constituye una representación de la idea de competencia. Como hemos visto en el 2.2.5, la figura del actor emprendedor, en este caso representada por Xokas, no tiene sentido si no se ubica en un marco competitivo en el que crecer. Competir es lo que le permitirá destacar por su esfuerzo y su auto superación, ya que el propio concepto de destacar implica hacerlo frente a alguien. Así, Xokas sitúa el principio de competencia como un valor fundamental en su vida, ya que le da sentido a lo que hace. Negándose a irse de donde están los que él considera los mejores, hace ver la competitividad como parte de su marca personal. Ante su respuesta, Ibai repregunta a Xokas si todos los grandes *streamers* quieren competir entre ellos, a lo que este contesta lo siguiente:

Sí, pero no lo dicen porque caes mal cuando lo dices. Todos queremos competir, todos somos animales competitivos en mayor o menor medida. [...] Yo aprendo de ti, aprendo de Auron, aprendo de Rubius, aprendo de todos. todos me nutris, y todos me hacéis crecer. [...] Todos me nutris porque competimos, y creo que competir está bien, siempre y cuando no te vuelvas loco, pero está bien (Charlando Tranquilamente, 2024, 2h13m49s).

Cuando Xokas define a los grandes *streamers* como “animales competitivos”, parece transgredir los términos laborales para referirse a la propia naturaleza de estos, un rasgo

representativo del sujeto neoliberal emprendedor, como indicamos en el 2.2.5. Su respuesta deriva a otra idea que podemos asociar a este discurso, las dinámicas mercantiles, ya que el Xokas habla de sus amistades entre los grandes creadores de contenido en términos utilitaristas: quiere quedarse en Twitch para competir con los mejores porque eso le nutre —la competición como vía de progreso es otro dogma neoliberal— y tiene interés de aprender de ellos. De esta manera, su discurso también es representativo en este caso de la idea de competencia y de dinámicas mercantiles.

4.1.2. El streamer N°1

4.1.2.1. Contexto

Tras mucho tiempo persiguiendo este objetivo, Xokas consigue ser el streamer con más suscripciones de España en Twitch durante el mes de febrero de 2022 (elxokas, 2022), lo que le lleva a abrir un directo en el que pone en perspectiva su ascenso en la plataforma. La pieza audiovisual que vamos a tratar está publicada en Youtube, pero realmente comprende un extracto perteneciente a un directo de Twitch. Esta práctica es común, ya que permite reciclar un mismo contenido para monetizarlo en ambas plataformas, y la veremos más adelante.

4.1.2.2. Discurso

Iniciamos el análisis del discurso que plantea Xokas en este video estudiando una de sus primeras reflexiones:

Creo que es el momento profesional más feliz de mi vida [...] Ni hacer un evento, ni hacer una colaboración y tal... eso solo es una parte irrelevante de mi trabajo. Mi trabajo es en solitario y siempre ha sido en solitario, y a pesar de que yo brille muchas veces cuando estoy en grupo, he brillado siempre más solo, y como la gente más ha valorado mi contenido es solo, y eso me hace muy feliz tios. Haber llegado hasta aquí, habiendo sido como he querido ser, sin tener ninguna puta careta, y sin tener que contentar a nadie, y sin tener que quedar bien con nadie, es la demostración de que lo que decía era cierto, y eso me hace muy feliz (elxokas, 2022, 0m45s).

En este discurso, encontramos una representación de ideales neoliberales como el individualismo y la meritocracia desde una perspectiva similar a la del apartado 4.1.1.2., ya que desde un principio asocia la idea de felicidad a recorrer un camino individual. Los eventos y las colaboraciones son una parte irrelevante de su trabajo porque son méritos colectivos; es el camino individual el que otorga la felicidad porque es el que permite el discurso de auto superación, y por lo tanto el que sitúa al esfuerzo individual como un legítimo ascensor meritocrático. Xokas continúa discursando alrededor del concepto del esfuerzo cuando afirma lo siguiente:

Y mira que estoy cansado porque trabajo mazo tio, pero no importa tio, porque ha valido la pena joder. No por ganar muchísimo dinero, de verdad os lo prometo eh, no es por el dinero, es por el poder. Tenía muchas ganas de demostrar que podía ser el más fuerte también (elxokas, 2022, 1m41s).

Continúa representando la idea meritocrática con respecto a los resultados del esfuerzo y la auto superación postulada en la cita anterior, incorporando en su discurso ideas relacionadas con la competencia; por un lado, el esfuerzo, estar “cansado”, no importa porque vale la pena, ya que al otro lado del viaje meritocrático el esfuerzo tiene recompensa: en este caso, el poder. Por otro lado, ese poder sacia su necesidad de ser “el más fuerte”, lo cual es un principio competitivo, ya que querer ser “el más fuerte” implica querer serlo frente al resto. Así, podemos observar cómo ser considerado el mejor en su trabajo constituye un hecho fundamental en la marca personal que desarrolla el Xokas, quien declara en este video que ser el número uno “era el mayor punto de mi carrera, el demostrar que podía llegar a ser el más fuerte” (elxokas, 2022, 7m37s). Xokas le otorga una gran importancia a llegar a ser el mejor porque en la idea de meritocracia llegar a ser el mejor avala el esfuerzo y la implicación en el camino recorrido; es un mérito propio:

Esto va de ser el mejor en algún momento en tu carrera, luego lo que dure o deje de durar ya no es tan importante, lo importante es llegar, porque nadie llega, prácticamente nadie llega. Eso es lo más guapo, no lo estás entendiendo, la medalla no me la puedes quitar ya, la medalla ya la tengo. Yo soy el *rank* 1, soy el top 1 (elxokas, 2022, 2m55s).

El discurso que presenta el Xokas representa la meritocracia y la defiende desde el principio de la competencia. El orgullo y la ostentación que profesa al hecho de ser el número uno, tiene mucho que ver con el mérito que él cree que le otorga este puesto, ya que compite con una multitud de creadores que no llegarán a ser número uno aunque lo intenten. No se discursa en ningún momento sobre los condicionantes económicos o sociales que puedan entorpecer el camino hasta llegar a ser el número uno, ya que bajo la idea de la meritocracia, estos condicionantes no pesan tanto como otros valores, como la confianza y el esfuerzo:

Dentro de 3 o 4 meses harían 3 años ya que lo dejé todo por la creación de contenido. y se hizo un poco viral el video en el que lo dejo [...] ¿Sabéis lo que me hace mas gracia? Lo que me hace mas gracia de todo tios es que yo, en esa etapa previa, ya sabía lo que iba a pasar. Yo ya sabía que iba por el buen camino tío, lo sabía. Y esto es un mensaje de ánimo a todas las personas a las que os tratan mal, ya sean amigos conocidos o la gente de internet cuando montáis proyectos. De verdad, no dejéis que la gente nuble vuestros sueños, porque tenéis que confiar en vosotros, porque nadie lo va a hacer por vosotros. Muchas veces ni vuestra familia, en mi caso sí, pero muchas veces ni vuestra familia (elxokas, 2022, 4m30s).

Aquí, Xokas representa en su discurso la meritocracia postulando un mensaje de ánimo a su audiencia a través de su propio ejemplo: él dejó su trabajo y se esforzó hasta conseguir su objetivo; afirma que sabía que esto iba a pasar como si se tratase de un hecho empírico, ya que sabía que iba a pasar porque confiaba en sí mismo, como comenta al final de la cita. En este final del discurso, Xokas dispara otra idea individualista: la gente, el resto, nos puede nublar los sueños, nadie lo va a hacer por nosotros, hay que dudar hasta de nuestra familia; el único camino para alcanzar la felicidad es confiar en uno mismo. La concepción individualista de la vida y el dogma de que la confianza lleva al éxito, rasgo central en la idea de meritocracia, están muy presentes en el discurso del Xokas:

Yo ya me sentía el mejor. Esto es algo que muchos de vosotros no lo experimentaréis jamás, ¿porque? por que el mejor es Messi, el mejor es Cristiano... no, el mejor puedes serlo tú, porque está aquí (se señala a la cabeza), y esto muchos de vosotros no lo entenderéis nunca tío. ¿Pensáis que eso es chulería? no os queda nada. Ojala no montéis ni emprendais ningún proyecto, porque no os va a ir bien, porque sois unos perdedores (elxokas, 2022, 8m13s).

Este discurso reafirma que la confianza y el esfuerzo, “sentirse”, es lo que hace ganador al ganador en la idea de la meritocracia. Triunfar emprendiendo está reservado a aquellos que tengan estas capacidades mentales, y no tenerlas —nótese la ausencia en el discurso de cualquier otro tipo de condicionante— te convierte en un perdedor. Cabe mencionar que categorizar a las personas bajo estos términos también podría entenderse como la representación discursiva de una dinámica mercantil. El que vale, el “ganador” es el que triunfa porque se sabe valioso:

Hay que creérselo un poco tío, de verdad, no es de chulo eh, es de ganador. Creerselo es de ganador, de verdad tío, sobre todo cuando compites contra gente que está mucho más aventajada que tú, como era mi caso, que competía con gente que tenía muchísima más trayectoria, muchísima más experiencia, muchísimas más tablas (elxokas, 2022, 6m10s).

El dogma de la confianza en uno mismo, es un valor para el ascenso en el sistema meritocrático por que permite competir mejor, que en el fondo es de lo que se trata todo. Vemos como en el discurso que presenta Xokas en este video no para de proyectar ideas representativas del neoliberalismo, como el valor de la competencia, el individualismo, la meritocracia...“En un año. Sin series, sin colaboraciones... y jugando al *Wow*. En un año, sin background, sin amigos, sin nada. De cero a cien. 15.000 seguidores en un año.” (elxokas, 2022, 10m20s), la exaltación y el orgullo que muestra en su propio ejemplo no se puede entender sin situar el mérito en triunfar individualmente en un sistema competitivo a base de esfuerzo; no se puede entender igual sin mirarlo bajo un prisma neoliberal. Aquí, sitúa en el individuo la responsabilidad de su suerte o desgracia mediante su propio ejemplo:

Yo no he estado en el paro nunca. He estado currando como un hijo de la gran puta toda mi vida, y siendo mileurista toda mi vida. A mi no me han regalado nada la verdad, yo he currado como un hijo de la gran puta, por eso estoy aquí. [...] Cuando eres bueno y cuando quieres ser el mejor, no hay vacaciones, solo hay trabajo (elxokas, 2022, 13m14s).

Xokas atribuye haber llegado a lo más alto a su esfuerzo de una manera directa, desechando incluso mecanismos legítimos para cualquier trabajador, como pueden ser el paro o las vacaciones. En el apartado 2.2.3. hemos indicado que “quienes se perciben ocupando posiciones superiores en la escala social también perciben un mejor funcionamiento de la meritocracia” (Castillo et al., 2019), cita que explica la representación de la idea de meritocracia que Xokas proyecta en este punto.

4.1.3. Mi nueva casa

4.1.3.1. Contexto

Tras los éxitos conseguidos, Xokas decide cambiarse de casa y realiza un video para la plataforma Youtube (elxokas, 2024) en el que hace un recorrido por esta misma. En este caso, la pieza consiste en un contenido en diferido exclusivo para la plataforma Youtube.

4.1.3.1. Discurso

Esta pieza audiovisual constituye una representación del concepto de autosuperación por sí misma. El video consiste en Xokas paseando y describiendo un lujoso piso que se ha comprado. Tanto por la satisfacción e ilusión con la que se expresa, como por el discurso que verbaliza al final del video, parece claro que, para el creador, poder comprarse este piso es una muestra de cómo se ha superado, desde sus inicios hasta la actualidad. “Tanto tiempo... y lo hemos conseguido. Cuanto hemos tenido que hacer y cuantos años hemos tenido que trabajar para conseguir este sueño la verdad, todos los sueños que teníamos cuando empezamos y que al final pues... lo hemos conseguido” (elxokas, 2024, 13m52s). Con estas declaraciones, Xokas vuelve a hacer una asociación directa entre el esfuerzo dedicado o el trabajo, y la recompensa, que es cumplir sus sueños. Estas declaraciones son representativas de la idea de meritocracia porque, una vez más, contribuyen a simplificar el alcance de los sueños en una mera cuestión de esfuerzo, lo cual es una visión neoliberal: bajo esa lógica, la capacidad de ascenso económico y social de cada uno vendrá determinada por su esfuerzo, con lo que se trata de una lógica que considera la situación de aquellos que están en posiciones más desfavorecidas una responsabilidad individual. Hay que aclarar que Xokas no expone premeditadamente esta lógica con su discurso ni con el video; se trata de una cuestión intrínseca a la propia idea de meritocracia.

4.1.4. La pareja ¿prioridad en la vida?

4.1.4.1. Contexto

A raíz de un comentario realizado desde su chat de Twitch en medio de un directo en el que está jugando a un videojuego, Xokas inicia una reflexión sobre las relaciones de pareja, la felicidad y el orden de prioridades en la vida (elxokas, 2021b). Al igual que en el video anterior, se trata de un extracto de un directo de Twitch publicado en su canal de Youtube.

4.1.4.2. Discurso

Como respuesta a la pregunta de un usuario del chat, Xokas arranca su discurso proclamando que “Tener novia o novio es completamente irrelevante, no debéis depender de eso, yo mis momentos más lúcidos los he tenido cuando he tenido tiempo para centrarme en mis proyectos” (elxokas, 2021b, 1m42s). Este discurso puede considerarse representativo del individualismo, ya que —además de tildar de “irrelevante” algo que puede ser tan significativo como una relación amorosa— Xokas entiende el noviazgo como un ladrón de tiempo para lo realmente importante: emprender en sus proyectos. Este discurso se relaciona profundamente con lo expuesto en el 2.2.1., ya que Xokas se percibe como un actor emprendedor al poner sus proyectos en el centro de su vida. Esta muestra de individualismo se entiende mejor desde las siguientes declaraciones:

También depende un poco de lo que tu busques, que es totalmente respetable, a lo mejor hay personas entre vosotros que sí que dependais un poco de tener pareja, porque os gusta estar acompañados [...] a mi me gusta mucho la soledad y es la que me hizo fuerte, pero yo entiendo que a lo mejor a ti no, que a ti pues te afecte... no te gusta estar solo, prefieres estar acompañado, o porque te da una estabilidad moral (elxokas, 2021b, 1m55s).

Así, Xokas entiende que la soledad juega un papel importante para conseguir sus propósitos; le “hizo fuerte”. Es interesante ver cómo, mientras argumenta que también es respetable querer tener pareja, Xokas plantea un discurso representativo de las dinámicas mercantiles propias del neoliberalismo: querer tener pareja es respetable porque es normal que no te guste

“estar solo”, prefieras “estar acompañado”, o busques “estabilidad moral”. Tener pareja se convierte, bajo esta lógica, en un intercambio de aportaciones en la que lo que pesa es lo que la otra persona te puede ofrecer, en lugar de entenderse como un proceso relativo al afecto. Además, en este discurso Xokas entiende las relaciones de pareja como una decisión conformista:

Si tu felicidad es tener pareja... pues hombre, yo me pondría objetivos más ambiciosos pero, si tu eres feliz ya simplemente teniendo pareja, pues oye, me alegro de que seas feliz con poco, bien por ti, es lo único que te puedo decir, me alegro de que seas feliz con tan poco, yo siempre he tenido objetivos un poco más grandes que ese (elxokas, 2021b, 2m31s).

Para Xokas, tener pareja es ser feliz con poco, una meta poco ambiciosa. ¿Por qué lo considera así? En el ideal neoliberal, la felicidad se busca a través de la autosuperación y la autodeterminación, mediante el camino individual del emprendimiento personal. Xokas considera que tiene objetivos “más grandes” que vivir en pareja porque el eje central de su vida son sus proyectos, lo que le sitúa como sujeto emprendedor por encima de todo. Para el *streamer*, el noviazgo “no debería ser un pilar en tu vida, debería ser algo como tu bien dices que te sume, que te aporte un extra, pero que sea un multiplicador, no que sea una base sobre la que poner una estructura” (elxokas, 2021b, 4m04s). Esta cita constituye una clara representación de dinámicas mercantiles en su visión de las relaciones amorosas, lo cual es coherente según lo que venimos analizando: una novia o un novio tiene que presentar la función de aportar, sumar, multiplicar; la “base sobre la que poner una estructura” sin embargo, es el camino individual.

4.1.5. Saber vivir con soledad

4.1.5.1. Contexto

A raíz de un comentario realizado en una donación a su canal de Twitch en medio de un directo en el que se encuentra jugando a un videojuego, Xokas realiza una reflexión sobre la soledad (elxokas, 2021a). De nuevo, se trata de una publicación en su canal de Youtube cuyo contenido es un extracto de un directo de Twitch.

4.1.5.2. Discurso

Cuando Xokas comienza a aconsejar sobre la soledad al usuario que le pregunta, dice lo siguiente: “Miralo como un nuevo objetivo, el aprender a convivir contigo mismo, que es con quien de verdad debes aprender a convivir y no con tu amiga, tu amiga es irrelevante, tenlo claro, la gente va y viene” (elxokas, 2021a, 1m55s). Este discurso representa una idea claramente individualista. Si bien comienza con la idea de aprender a convivir con uno mismo, rápidamente deriva a la irrelevancia y la volatilidad de las amistades; lo único relevante, lo único firme, eres tú. Desde esta perspectiva individualista, Xokas ve aquí a la soledad como un entrenamiento del que aprender y en el cual hay que fortalecerse:

La soledad es la que te ayuda a entenderte y la que te ayuda a estar bien contigo mismo, porque es la que te fortalece a nivel mental. Estar con amigos lo único que te genera es dependencias, vínculos, lazos... debilidades. La realidad es que la soledad es la que más fuerte te hace, lo que pasa es que también es la más dura (elxokas, 2021a, 2m28s).

Más allá de la idea de individualismo presente en este discurso mediante la romanización de la soledad, Xokas defiende esta sociedad argumentando una idea que también es propia de las dinámicas mercantiles: estar con amigos no es un valor deseable porque restan, generan dependencias, vínculos, lazos; debilidades que obstaculizarán la persecución individual de nuestros objetivos. Xokas continúa con esta visión mercantil de las relaciones sociales que favorece el individualismo:

ser capaz de desarrollar todas las labores de tu casa y de tu vida, por ti mismo, sin depender de nadie. Eso es lo que te hace ser un hombre o una mujer de bien, y un tío espabilao, un tío completo, un tío con el que sí que alguien querría tener una relación, con un tío que sabe hacerlo todo, un tío preparaao, eso te lo enseña la soledad (elxokas, 2021a, 5m28s).

Bajo la lógica mercantil neoliberal representada en este discurso, lo que te hace un hombre o mujer de “bien” es ser capaz de afrontar tu vida de manera individual, “sin depender de nadie”. Ser competente a la hora de realizar las labores domésticas, te aporta valor, ya que te hace ser alguien con quien quieres tener una relación. Además, todo esto es algo que “te lo

enseña la soledad”. De nuevo, el camino individual como el camino hacia el éxito. ¿Por qué la soledad te enseña? De las citas planteadas en este apartado podemos dilucidar que la soledad te enseña a esforzarte, algo coherente con el discurso de Xokas cuando proclama que “Tienes que ver las cosas negativas como cosas positivas” (elxokas, 2021a, 4m38s). Las cosas negativas se pueden ver como positivas bajo su discurso porque requieren esfuerzo, y como ya hemos expuesto, el esfuerzo es el camino individual hacia la felicidad bajo la idea de meritocracia, con lo que en este discurso se encuentra representado un amplio abanico del ideal neoliberal.

4.1.6. Confiar en ti mismo

4.1.6.1. Contexto

Mientras realiza en directo una charla distendida con su audiencia (elxokas, 2020), Xokas responde a un usuario que le pregunta ¿cómo llegas a ese nivel de confianza en tí mismo? lo que da pie a una disertación sobre la confianza. Al igual que en el caso anterior, se trata de un extracto de un directo de Twitch publicado en su canal de Youtube.

4.1.6.2. Discurso

El primer punto de interés para analizar el discurso que establece Xokas tras la pregunta es el siguiente: “Saber encajar las derrotas a mi es lo que más me ha costado y lo que más fuerte me ha hecho. Ahora mismo para mi no existen las derrotas, simplemente no existen ya, solamente son aprendizajes” (elxokas, 2020, 1m39s). Si en el punto 4.1.5. contemplaba la soledad como un lugar donde fortalecerse, aquí son las derrotas las que suponen un aprendizaje. Al final, esto es una representación de la idea de meritocracia por el mismo motivo: tanto la soledad como la derrota suponen un esfuerzo, y bajo el ideal de auto superación meritocrático el esfuerzo es el camino individual hacia la felicidad. Estos conceptos se relacionan con el de confianza:

He aprendido que lo mejor es ser egoísta, lo mejor es ser egoísta y pensar en qué es lo importante para triunfar. Tener una mentalidad de ganador, y aprender a perder hasta ganar, porque pierdes y pierdes y pierdes hasta que ganas. Llega un momento en el que empiezas a ganar. Es empírico, es a base de golpes (elxokas, 2020, 3m02s).

Esta parte del discurso es de las más representativas de la idea de meritocracia de todo el análisis, ya que habla de su funcionamiento —asegurar que “pierdes y pierdes hasta que ganas” es dar por válido el esfuerzo y la auto superación como legítimos ascensores sociales— como un sistema “empírico”, sin tener en cuenta ningún otro tipo de variable más allá del esfuerzo y la confianza en ti mismo, “tener una mentalidad de ganador”. Además, vuelve a ser representativo de la idea del individualismo, ya que afirma que lo mejor es ser egoísta y “pensar en qué es lo importante para triunfar”, asociando el triunfo con el egoísmo y el camino individual.

Xokas cierra discursando sobre la competitividad y la auto superación: “Cuando eres competitivo y compites a máximo nivel en cuanto a hacer streaming, verte con pocos números a veces es frustrante, pero hay que intentar canalizar esa frustración hacia hacer mejores streams” (elxokas, 2020, 4m03s). Este discurso es representativo de la idea de competencia porque se postula como alguien competitivo, pero sobre todo vuelve a ser representativo de la idea de meritocracia: si anteriormente, la soledad y la derrota eran los elementos que nos hacían ser mejores, aquí es la frustración la que nos lleva a mejorar, ya que, como dice el mismo Xokas en el 4.1.5.2. “Tienes que ver las cosas negativas como cosas positivas” (elxokas, 2021a, 4m38s). De nuevo, la frustración supone esfuerzo, y el esfuerzo es el camino individual hacia la felicidad en la idea de meritocracia.

4.2. Repercusión

A continuación, vamos a estudiar el alcance de las piezas de contenido discursivo que hemos analizado en el punto anterior, en función de las visualizaciones, comentarios, y likes con respecto a Youtube, y los espectadores en directo y las suscripciones con respecto a Twitch, en el caso de que los datos de esta última plataforma estén disponibles. Cabe añadir que Youtube facilita la cifra de *likes* redondeada al millar. En el caso de Twitch, para evaluar las suscripciones, también redondearemos hacia el millar más cercano, ya que estas no varían significativamente durante el directo. Para evaluar los espectadores en directo, sin embargo, tomaremos la cifra más baja y la más alta durante el total del video, ya que es una cifra que puede variar más a lo largo de un directo. Todas las estadísticas recogidas están contempladas a 22 de mayo de 2024.

Charla con Ibai (Charlando Tranquilamente, 2021): 1.131.009 visualizaciones en Youtube; 1347 comentarios en Youtube; 39.000 likes en Youtube.

El streamer N°1 (elxokas, 2022): 816.990 visualizaciones en Youtube; 2726 comentarios en Youtube; 73.000 likes en Youtube. 46.000 suscriptores en Twitch. 7.464 como cifra más baja de espectadores en directo. 35.492 como cifra más alta de espectadores en directo.

Mi nueva casa (elxokas, 2024): 5.064.669 visualizaciones en Youtube; 26.538 comentarios en Youtube; 527.000 likes en Youtube.

La pareja ¿prioridad en la vida? (elxokas, 2021b): 401.694 visualizaciones en Youtube; 853 comentarios en Youtube; 25.000 likes en Youtube. 9.000 suscriptores en Twitch. 14.518 como cifra más baja de espectadores en directo. 15.559 como cifra más alta de espectadores en directo.

Saber vivir en soledad (elxokas, 2021a): 760.575 visualizaciones en Youtube; 1416 comentarios en Youtube; 60.000 likes en Youtube. 14.000 suscriptores en Twitch. 7.068 como cifra más baja de espectadores en directo. 7.189 como cifra más alta de espectadores en directo.

Confiar en ti mismo (elxokas, 2020): 535.858 visualizaciones en Youtube; 646 comentarios en Youtube; 36.000 likes en Youtube. 2.000 suscriptores en Twitch. 1.351 como cifra más baja de espectadores en directo. 1.596 como cifra más alta de espectadores en directo.

5. Resultados

Al haber realizado el análisis de casos en su totalidad, es pertinente sintetizar los resultados del mismo. Habíamos decidido analizar la presencia del ideal neoliberal en el discurso de Xokas en función de una serie de ideas, concretadas en el 3.2. Como hemos visto durante el análisis, estas ideas han resultado estar muy presentes durante todo el discurso del corpus escogido. Todos los casos evaluados presentan un discurso que constituye una representación de ideas neoliberales. Cabe destacar que las cuatro ideas concretadas en el 3.2. también se relacionan entre sí con bastante frecuencia en el discurso analizado, y especialmente con la idea de meritocracia.

Resulta interesante contemplar la manera en la que ha predominado cada idea en el discurso de Xokas. La idea más fuertemente representada en corpus discursivo escogido es la idea de meritocracia, presente en casi todos los casos analizados. Se introduce principalmente desde el mantra de la auto superación, que acostumbra a estar en el centro del discurso del Xokas. Es curioso observar cómo, incluso cuando el discurso es representativo del resto de ideas seleccionadas, estas acaban relacionándose a su vez con la idea de meritocracia; en el corpus discursivo analizado de Xokas, la competitividad, el individualismo y las dinámicas mercantiles, no dejan de ser a su vez principios que justifican el esfuerzo individual como el camino legítimo para alcanzar objetivos. Al asociar directamente el esfuerzo realizado con la consecución de los objetivos, sin tener en cuenta otro tipo de factores económicos o culturales, se ve representada la idea de meritocracia.

La idea de competencia aparece principalmente cuando en el corpus seleccionado Xokas habla de la creación de contenido en Twitch. Xokas ve el principio de competitividad como algo inherente al mundo de Twitch, ya que lo considera imprescindible para mejorar, relacionando así en varios momentos la competencia con la auto superación y la idea de meritocracia. También hemos visto durante el análisis de casos que en su discurso Xokas asocia la competitividad a su marca personal.

Durante el análisis del corpus discursivo, la idea de individualismo aparece reflejada de varias maneras: Xokas la relaciona con la autoconfianza y con la soledad. En el discurso analizado, vemos como el *streamer* ve la soledad bajo un prisma positivo. Durante el análisis,

también vemos como el individualismo es clave para alcanzar la felicidad: para Xokas, el camino individual otorga la felicidad porque es el que permite el discurso de auto superación, y por lo tanto el que legitima su esfuerzo individual como el motor de su éxito. De esta manera, se relaciona la idea de individualismo con la de meritocracia.

Por último, las dinámicas mercantiles están principalmente presentes en el discurso analizado de Xokas cuando habla de relacionarse con los demás. Cuando trata temáticas como las relaciones sociales, personales, o afectivas, acostumbra a hacerlo en términos utilitaristas bajo una lógica mercantil. A su vez, tiende a infravalorar las relaciones con el resto y a percibir las como trabas al éxito, ya que en su discurso, este se alcanza mediante el camino individual de auto superación.

Vamos a cerrar este apartado resaltando los resultados más trascendentes con respecto a la repercusión de los videos a los que pertenece el corpus discursivo analizado: Todos los videos superan con creces el medio millón de visitas en Youtube, a excepción de uno que se queda cerca (elxokas, 2021b), llegando a superar en una pieza los cinco millones de visualizaciones (elxokas, 2024), siendo este el video con más repercusión al presentar más de medio millón de *likes* y veinticinco mil comentarios. Es un contenido que consigue un compromiso fuerte por parte de su audiencia, superando ampliamente los 25.000 *likes* en Youtube en todos los videos, presentando más de medio millón de *likes* en uno de ellos (elxokas, 2024). Supera los mil comentarios en todos los videos de Youtube menos en dos (elxokas, 2020), (elxokas, 2021b). Además, los resultados de seguimiento y compromiso en Twitch son muy relevantes; todos los videos superan los siete mil espectadores en directo excepto uno (elxokas, 2020), superando también los nueve mil suscriptores en todos los casos menos este. Otro de los casos (elxokas, 2022) alcanza cotas desorbitadas, superando las cuarenta y seis mil suscripciones en Twitch y llegando a los treinta y cinco mil espectadores en directo. Siendo estos los resultados, podemos afirmar que se trata de un contenido que ha tenido una gran repercusión, con lo que el discurso analizado ha alcanzado sin duda a una audiencia significativa.

6. Discusión

Una vez extraídas las conclusiones relativas al análisis del corpus discursivo escogido, consideramos pertinente establecer un apartado de discusión con el fin de esclarecer aquellos aspectos del trabajo que puedan suscitar alguna duda, aclarando así nuestra posición al respecto de las mismas.

Para evitar confusiones sobre la ambición del trabajo planteado, es necesario aclarar lo siguiente: El corpus de los casos que hemos seleccionado no abarca en su totalidad el discurso de Xokas, ya que no nos ha parecido posible evaluar el total de su contenido discursivo debido a las limitaciones propias de este trabajo. Pretender analizar enteramente el discurso de Xokas se antojaría una misión utópica teniendo en cuenta el tiempo y esfuerzo que sería necesario invertir, así como el volumen de palabras necesario para trabajarlo, limitado por la propia naturaleza del TFG. Hemos decidido ceñirnos a un corpus de casos que nos parece relevante en cuanto a su alcance y representativo con respecto al discurso que plantea Xokas.

Viendo la cantidad de contenido retórico que emite Xokas, parece bastante posible que exista contenido discursivo por parte de este creador en el que plantee un discurso enmarcable en puntos lejanos a la representación del ideal neoliberal. De hecho, uno de los motivos por los que nos parece pertinente establecer el actual apartado es que, haciendo una última búsqueda, encontramos un video (elxokas, 2021c) que, desde su mismo título “ESFUERZO NO ES IGUAL A ÉXITO | ft. @IlloJuan_ e @IbaiLlanos” parece plantear una perspectiva opuesta a la meritocrática, siendo esta fundamental para entender la representación del ideal neoliberal en el discurso de Xokas.

¿Anula esto la validez del trabajo realizado hasta ahora? Bajo nuestro punto de vista, nada más lejano a la realidad. Debido al trabajo realizado, podemos afirmar con rotundidad que los casos seleccionados constituyen una representación de ideas asociadas al neoliberalismo en su discurso, ya que así lo hemos demostrado durante el análisis. También podemos afirmar que, en el hipotético y dudoso caso de demostrarse la existencia de otro corpus discursivo significativo, en el cual Xokas se desmarque de la representación de ideas neoliberales en su discurso, este corpus alternativo sería directamente contradictorio con el que hemos estudiado

en nuestro trabajo, contradiciendo las propias lógicas que el mismo presenta en el discurso analizado aquí, formando incluso algunas de estas, como la competitividad, parte de su marca personal.

Por otro lado, también sería pertinente cuestionarse si el hecho de que la audiencia consuma un contenido discursivo que representa ideas propias del ideal neoliberal, es suficiente para asumir que dicho discurso pueda suponer una influencia política para su audiencia. Para discutir esto y aclarar por qué nos resulta clara la existencia de dicha influencia, vamos a tomar como referencia un artículo de Manuel Martín Serrano titulado *La influencia social de la televisión: niveles de influencia* ya que, como hemos visto durante los apartados 1.1. y 2.1, los nuevos modelos de creación de contenido se aproximan mucho al formato televisivo, con lo que son comparables e incluso podrían ser interpretados como potenciales sustitutos del mismo. El autor diserta así sobre el papel mediador de la televisión y su influencia en la audiencia:

La televisión media en la elaboración del conocimiento de la realidad y en la valoración de la realidad. La televisión no sólo proporciona nuevas experiencias más o menos alejadas de las experiencias vividas; además organiza la percepción de la realidad en la que vivimos. El espacio y el tiempo cotidianos son remodelados por la presentación que de ellos hace la pequeña pantalla (Martín, 1981, 41).

Según este artículo, la influencia de la televisión en el espectador se entiende desde su papel representativo, ya que “La televisión proporciona representaciones del mundo” (Martín, 1981, 42). Teniendo en cuenta que en nuestro análisis hemos estudiado como Xokas establece una representación en su discurso de ideas pertenecientes al marco neoliberal, resulta clarividente la influencia que puede suponer en su audiencia. También hemos decidido analizar un corpus discursivo de Xokas establecido en contextos presuntamente apolíticos. Hilando con esto, podemos ver como Martín divide los juicios de valor en televisión en los emitidos de forma expresa y no expresa, siendo estos últimos de nuestro interés:

En forma no expresa: la televisión no muestra (aparentemente) una toma de posición frente al modelo; en cambio, demuestra que lleva al fracaso, la infelicidad, la marginación social, o que, por el contrario consigue el triunfo, proporciona la dicha o garantiza la aceptación social (Martín, 1981, 43).

Al igual que en esta forma no expresa de emitir juicios de valor, hemos visto cómo en el discurso analizado no se emite un posicionamiento explícito de Xokas con respecto a la ideología neoliberal. Sin embargo, también hemos analizado cómo mediante el discurso se acaba poniendo en valor implícitamente esta ideología.

Cuando dice que “el objeto televisor oculta al mediador televisión” (Martín, 1981, 51), Martín propone una reflexión que refuerza la importancia de que esta investigación se centre en un contexto apolítico: “Esta característica favorece que el telespectador no se dé cuenta de que en las imágenes del televisor, se le propone además una visión del mundo y una interpretación de la realidad” (Martín, 1981, 51). Esta reflexión —traducida al fenómeno de la creación de contenido— indica que, al situarse el discurso en un marco de entretenimiento, se propicia el condicionamiento de la audiencia sin que esta sea verdaderamente consciente. Dado que “Para analizar un relato de la televisión, en la práctica, es necesario volver una y otra vez sobre las imágenes” (Martín, 1981, 52), para atisbar la influencia que nos es ejercida, no bastará con situarnos en un papel pasivo como audiencia; será necesario realizar un análisis crítico como el propuesto en este trabajo, siendo este un ejercicio que no se debe exigir al espectador medio.

Aunque podríamos explayarnos en mayor medida sobre cómo se ejerce la influencia en el espectador —ya no por parte de la televisión, sino por parte de cada medio cultural existente— esta no es la investigación específica que atañe a este trabajo. Con lo expuesto en este punto, parece más que razonable deducir que, si dicha influencia está demostrada desde el formato televisivo, será también extrapolable al terreno de la creación de contenido. No solo son comparables, sino que —como hemos expuesto en el 2.1— el formato de creación de contenido destaca por tener una relación más comprometida entre el emisor y su audiencia, con lo que esta influencia será inclusive mayor, teniendo en cuenta además la repercusión estudiada del corpus discursivo. Así, podemos dar por demostrado que, al representar Xokas ideas neoliberales en contextos supuestamente despolitizados, puede condicionar al espectador y su manera de entender el mundo normalizando estas ideas.

7. Conclusiones y limitaciones

Una vez desarrollado el grueso de este trabajo de investigación, podemos extraer unas conclusiones del mismo. Este trabajo parte de la hipótesis de que el discurso de Xokas puede normalizar el neoliberalismo, ya que al representar ideas neoliberales en contextos supuestamente despolitizados, puede condicionar al espectador y su manera de entender el mundo. La primera conclusión es que esta hipótesis ha quedado totalmente demostrada durante el trabajo, resaltando el matiz que se ha planteado en la discusión: que Xokas presente un discurso que normalice el neoliberalismo no implica que su discurso suponga una influencia neoliberal en su totalidad; ante la imposibilidad de analizar todo su contenido, nos hemos centrado en un corpus que hemos considerado representativo.

También se han alcanzado todos los objetivos inicialmente planteados: El primer objetivo, concretar las principales ideas del modelo neoliberal que podrían vincularse a la creación de contenido, se ha resuelto en el apartado 3.2. a raíz de la información aportada del punto 2.2 al 2.2.5: hemos decidido analizar el discurso de Xokas en función de ideas o conceptos tales como el individualismo, la meritocracia, las dinámicas mercantiles y la competitividad. El segundo objetivo, encontrar y señalar casos en los que el discurso de Xokas pueda suponer una representación de ideas neoliberales desde contextos supuestamente apolíticos, se ha alcanzado en el apartado 4., donde se han propuesto dichos casos para su análisis, explicando el contexto de cada caso y mostrando así su cariz presuntamente apolítico.

El tercer objetivo, analizar la posible representación de ideas neoliberales en el discurso presente en los casos escogidos, también ha sido resuelto durante el apartado 4, dando como resultado que el corpus analizado en función de cuatro ideas pertenecientes al ideal neoliberal, supone una clara representación de las mismas. Otra conclusión visible en los resultados del análisis es que la idea que más aparece representada en el corpus discursivo analizado es la meritocracia; incluso cuando el discurso es representativo del resto de ideas seleccionadas, estas acaban relacionándose a su vez con la idea de meritocracia.

El cuarto objetivo, razonar por qué el discurso analizado del Xokas normaliza posiciones neoliberales a su audiencia en los casos seleccionados, se ha alcanzado en el apartado 6.,

donde se ha argumentado la capacidad de los medios culturales, en este caso de la creación de contenido, de influir en la audiencia.

Alcanzar el quinto objetivo, incitando a la reflexión sobre la capacidad de la ideología neoliberal de permear en los discursos, dándose a entender cómo la normalidad y no como un ideal político, corresponde al propio apartado de conclusiones.

Durante el trabajo hemos estudiado como el ideal neoliberal puede presentarse bajo una apariencia apolítica; podríamos haber seleccionado otros casos en los que creadores o creadoras de contenido se posicionan contra los impuestos o el intervencionismo del Estado, constituyendo así un discurso claramente enmarcable en el ideal neoliberal. Sin embargo, nos resultaba mucho más interesante inspeccionar contextos en el que dicho ideal no destapara su naturaleza política. Otra conclusión al realizar este estudio es que, al emitirse este discurso bajo una apariencia apolítica, se da a entender el ideal neoliberal como una filosofía natural al ser humano. Un aspecto interesante es que el propio emisor, Xokas, también parece desconocedor de la politización presente en su discurso.

Atendiendo a lo analizado durante el apartado 4., podemos ver que Xokas no hace una defensa activa y consciente del neoliberalismo, si no que más bien este ideal permea en su discurso porque Xokas lo entiende como la normalidad; probablemente, él haya integrado anteriormente estas ideas pertenecientes al neoliberalismo como si se tratasen de una filosofía sin un sentir apolítico. Esto puede reflejar que, al menos en nuestro país, el ideal neoliberal condiciona nuestra manera de entender el mundo. Dentro de este modelo, Xokas no deja de ser otro afectado más de la politización indirecta que absorbemos de la oferta cultural y de otras múltiples fuentes, solo que al tener un altavoz, contribuye a su propagación.

A raíz de esta investigación interpreto que el neoliberalismo es la ideología más capaz de presentarse como si no fuera tal. Así, se alcanza el quinto objetivo, incitando durante estas conclusiones y en el total del trabajo a la reflexión sobre cómo esta ideología política puede darse a entender cómo la normalidad.

Antes de finalizar, es pertinente admitir limitaciones en la elaboración del trabajo y marcar posibles líneas de investigación sobre el mismo. Con respecto a las limitaciones: me habría gustado estudiar el discurso de múltiples creadores y creadoras para comprobar la existencia

de un patrón en la politización de la creación de contenido. Debido a las dificultades propias de estudiar en profundidad un discurso, renuncié a esta pretensión, ya que al ser demasiado ambiciosa, percibía que tanto el análisis como las conclusiones a las que pudiese llegar no iban a gozar de la solidez necesaria para un trabajo de investigación. También me había gustado estudiar la influencia ejercida por las propias plataformas de Twitch y Youtube, ya que creo que no son herramientas asépticas para la creación de contenido; ambas marcan un camino a seguir. Finalmente decidí acotar el trabajo hacia donde está dirigido para no diluir el enfoque establecido y evitar que quedase en tierra de nadie.

Desde este trabajo, propongo dos futuras líneas de investigación. La primera responde a la primera limitación expuesta: creo interesante estudiar un posible patrón de discurso neoliberal entre los grandes creadores y creadoras de contenido, ya que en la realización del trabajo me he encontrado con casos que parecían reproducir ideas similares a las representadas desde el discurso analizado aquí. La segunda línea de investigación se edifica en base a la segunda limitación expuesta: Creo necesario estudiar si la propia naturaleza de la plataforma de Twitch y Youtube empujan a quien crea contenido a regirse por lógicas neoliberales. Además, me parece interesante analizar si, desde este prisma, herramientas para crear contenido como Twitch y Youtube podrían entenderse como parte de la biopolítica, ya que, de demostrarse que en efecto Twitch y Youtube empujan al creador a un modelo neoliberal, y si entendemos la biopolítica como la disposición estructural de elementos que facilitan la gubernamentalidad del ciudadano, ambas plataformas podrían entrar en esta definición.

8. Referencias

Anderson, Perry. (1999). Historia y lecciones del neoliberalismo. *Revista del Centro de Estudios del Trabajo*, 25, 1-8. <https://bit.ly/4b7OIGZ>

Arboccó, Manuel y O'Brien, Jorge. (2012). Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes. *Avances en Psicología*, 20 (2), 43-57. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2012v20n2.318>

Ávila, Francisco y Ávila, Claudia. (2010). El concepto de biopolítica en Michel Foucault. A parte rei. *Revista de Filosofía*, 69, 1-6. <https://bit.ly/3XI7OZt>

Barrea, Kevin. (2023). Twitch como alternativa a la televisión. *SIGNUM: Revista Internacional de Investigación en Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales*, 2 (1). <https://publicaciones.protocoloimep.com/signum/article/view/17>

Belaustegi, Luis. (2017). Neoliberalismo como cultura: neosujeto, empresa y Estado desigualitarista. *Áreas. Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 36, 25–38. <https://revistas.um.es/areas/article/view/308031>

Bernabé Marchena, David. (2018). *La trampa de la diversidad: cómo el neoliberalismo fragmentó la identidad de la clase trabajadora*. Ediciones Akal.

Blanco, Pablo. (2023). Kick, la plataforma de streaming que le hace competencia a Twitch. *INESEM*. <https://bit.ly/4esEU7N>

Cabanas Diaz, Edgar. (2013). *La felicidad como imperativo moral. Origen y difusión del individualismo “positivo” en el capitalismo neoliberal y sus efectos en la construcción de la subjetividad*. Universidad Autónoma de Madrid. <https://bit.ly/4eiI7qJ>

Campaz-Camacho, Neyda. (2022). La meritocracia y su criada la desigualdad: una justificación del privilegio convertido en mérito. *Cambios Y Permanencias*, 13 (1), 379–394. <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistacyp/article/view/13332>

Casas Moreno, Patricia. (2016). *La televisión sensacionalista en los canales públicos y privados de España e Italia, estereotipos, discurso televisivo y los hábitos de la audiencia*. Universidad de Huelva. <https://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/12856>

Castillo, Juan; Torres, Alex; Atria, Jorge; Maldonado, Luis. (2019). Meritocracia y desigualdad económica: percepciones, preferencias e implicancias. *Revista Internacional de Sociología RIS*, 77 (1), e117. <https://doi.org/10.3989/ris.2019.77.1.17.114>

Castro, Rodrigo. (2009). La ciudad apestada, Neoliberalismo y postpanóptico. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 29 (1), 165-183. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2009000100009>

CharlandoTranquilamente. (12 de febrero de 2021). *Charlando Tranquilamente #2 con XOKAS* [Archivo de Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=uk2WUD_WixA&t=2045s

CharlandoTranquilamente. (11 de enero de 2024). *Charlando Tranquilamente #33 con XOKAS* [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=rKa7rj4Fi0Q&t=1008s>

Chomsky, Noam. (2017). *Réquiem por el sueño americano. Los diez principios de la concentración de la riqueza y el poder*. Sexto Piso.

Cociña, Matias. (2013). Cinco argumentos contra la meritocracia. *Ciper Chile*. <https://bit.ly/3Vpd8jW>

Colussi, Marcelo. (2018). Influencia del neoliberalismo en las nuevas generaciones. *Educere*, 22 (72), 439-446. <https://www.redalyc.org/journal/356/35656041016/35656041016.pdf>

D'Agostino, Hector. (2004). Neoliberalismo, raíces y expansión. *Realidad Económica*, 203, 101-109. <https://www.iade.org.ar/system/files/articulos/7-dagostino.pdf>

Díez-Gutiérrez, Enrique Javier. (2015). La educación de la nueva subjetividad neoliberal. *Revista Iberoamericana De Educación*, 68 (2), 157–172. <https://doi.org/10.35362/rie682190>

elxokas. (25 de agosto de 2020). *CONFIAR EN TI MISMO | LAS OPINIONES DE LOS DEMÁS* [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=j6P4z9jzya4>

elxokas. (16 de diciembre de 2021a). *SABER VIVIR CON LA SOLEDAD | REFLEXIÓN* [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=WiXaM1FsHiM>

elxokas. (8 de junio de 2021b). *¿'LA PAREJA' PRIORIDAD EN LA VIDA? FAMILIA, AMIGOS Y 'YO' | OPINIÓN / CHARLA* [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Eg0pRrT1d4>

elxokas. (17 de octubre de 2021c). *ESFUERZO NO ES IGUAL A ÉXITO | ft. @IlloJuan_ e @IbaiLlanos* [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=d8amxK6C-88>

elxokas. (7 de febrero de 2022). *STREAMER TOP 1 ESPAÑOL | ¿CÓMO SER EL MEJOR?* [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=kiFV83gXtZg>

elxokas. (14 de enero de 2024). *MI NUEVA CASA (4K) | Xokas* [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=AN2F1nkmAYA>

Fair, Hernán. (2008). La globalización neoliberal. Transformaciones y efectos de un discurso hegemónico. *Kairos: Revista de temas sociales*, (21), 1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2667912>

Foucault, Michael. (2007). *Nacimiento de la biopolítica. Curso en el Collège de France (1978-1979)*. Ediciones Akal.

González, Juan Carlos. (2019). El neoliberalismo a través de Michael Foucault. *Academia Edu*. <https://bit.ly/3xk4Th0>

Gutiérrez, Juan Francisco y Cuartero, Antonio. (2020). El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, 50, 159–175. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i50.11>

Hernandez, Joseline. (2021). Falacias de la meritocracia. *Poder Judicial Del Estado De México, Escuela Judicial Del Estado De México*, 14-15, 269-272. <https://exlegibus.pjedomex.gob.mx/index.php/exlegibus/article/view/265>

Hilvert, Zorah; Neill, James; Sjöblom, Max; Hamari, Juho. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58-67. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.013>

Lavado, Antonio. (2013). El consumo de YouTube en España. *Global Media Journal México*, 7 (14), 76–92. https://gmjmxico.uanl.mx/index.php/GMJ_EI/article/view/12

Laval, Christian y Dardot, Pierre. (2013). *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Editorial Gedisa.

López Álvarez, Pablo. (2010). Biopolítica, liberalismo y neoliberalismo: acción política y gestión de la vida en el último Foucault. En Arribas, S. Cano, G. Ugarte, J. (Ed./Coord.). *Hacer vivir, dejar morir. Biopolítica y capitalismo* (pp. 39-62). Editorial CSIC-CSIC Press.

Martí, Julia. (2016). Gobernanza: La nueva matriz política del neoliberalismo. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 133, 111-126. <http://agora.edu.es/servlet/articulo?codigo=5487533>

Margarit Macizo, Marc. (2022). *Ideologia i discurs neoliberal a YouTube: anàlisi del discurs dels youtubers en favor de la marxa de El Rubius a Andorra*. Universitat Autònoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2022/266571/TFG_Margarit_Macizo_Marc.pdf

Martín, Manuel. (1981). La influencia social de la televisión: niveles de influencia. *Reis*, 16, 39-55. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=273123>

Martinez Rubio, Jose Alberto. (2019). *Meritocracia: una forma para entender el fracaso de nuestros sistemas de movilidad social y la legitimación de la desigualdad*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí. <https://bit.ly/45oHt6X>

Morales-López, Esperanza. (2011). Hacia dónde va el Análisis del Discurso. *Tonos digital*, 21. <https://www.um.es/tonosdigital/znum21/secciones/estudios-21-discurso.htm>

Peña, Wilmar. (2012). De la responsabilidad social en la sociedad de riesgo: Más allá de la libertad de ser empresarios de sí mismos. *Revista Latinoamericana de Bioética*, 12 (2), 78-89. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5721606>

Romé, Natalia. (2018). *Política y subjetividad en la escena ideológica neoliberal. Aportes de investigación crítica en comunicación*. Carrera de Ciencias de la Comunicación, UBA. Buenos Aires.

Sjöblom, Max y Hamari, Juho. (2017). Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. *Computers in Human Behavior*, 75, 985-996. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.019>

SproutSocial. (20 de marzo de 2024). *25 YouTube stats marketers should know in 2024 [Updated]*. SproutSocial. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://sproutsocial.com/insights/youtube-stats/>

Streamlabs. (7 de noviembre de 2022). *Streamlabs and Stream Hatchet Q3 2022 Live Streaming Report*. Streamlabs. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://streamlabs.com/content-hub/post/streamlabs-and-stream-hatchet-q3-2022-live-streaming-report>

Statista. (4 de marzo de 2024a). *YouTube - Datos estadísticos*. Statista. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://bit.ly/3xm38Qt>

Statista. (Enero de 2024b). *Ranking de las páginas web más visitadas a nivel mundial en 2023, por visitas mensuales*. Statista. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://es.statista.com/estadisticas/1382320/paginas-web-mas-visitadas-del-mundo/>

Statista. (Noviembre de 2023). *Distribución de los usuarios de Twitch.tv a nivel mundial a fecha de octubre de 2023, por grupo de edad*. Statista. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://bit.ly/3XqLt4P>

Support Google. (2024a). *Preguntas frecuentes sobre descubrimiento y rendimiento*. Support.Google. Recuperado el 11 de mayo de 2024 de <https://bit.ly/4cqCghf>

Support Google. (2024b). *Tendencias en Youtube*. Support.Google. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://support.google.com/youtube/answer/7239739?hl=es>

Tirado Chiachio, Helena. (2021). *Twitch: análisis de tendencias y de los streamers más populares en España*. Universitat Jaume I. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/194696>

Twitch. (2024a). *Empresa*. Twitch. Recuperado el 29 de abril de 2024 de <https://www.twitch.tv/p/es-es/company/>

Twitch. (2024b). *Achievements*. Twitch. Recuperado el 29 de abril de 2024 de https://help.twitch.tv/s/article/achievements?language=en_US#Partner

Twitch. (2024c). *Partners*. Twitch. Recuperado el 29 de abril de 2024 de <https://www.twitch.tv/p/es-es/partners/>

Twitch. (2024d). *Guía del Tren del Hype*. Twitch. Recuperado el 29 de abril de 2024 de <https://help.twitch.tv/s/article/hype-train-guide?language=es>

Twitch. (2024e). *El ABC de Twitch*. Twitch. Recuperado el 29 de abril de 2024 de <https://www.twitch.tv/creatorcamp/es-es/paths/getting-started-on-twitch/twitch-101/>

Valdez, Alberto. (2024). *Cómo Tik Tok ha superado a Youtube*. Dinametra. Recuperado el 29 de abril de 2024 de <https://www.dinametra.com/blog/como-tiktok-ha-superado-a-youtube>

Valencia, Pamela. (2020). Los principios filosóficos del neoliberalismo: una aproximación a sus consecuencias políticas en Colombia. *Revista de Antropología Y Sociología : Virajes*, 23 (1), 243–263. <https://doi.org/10.17151/rasv.2021.23.1.11>

Vargas, José. (2007). Liberalismo, Neoliberalismo, Postneoliberalismo. *Revista Mad. Revista del Magister en Análisis Sistémico Aplicado a la Sociedad*, 17, 66-89. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=311224745005>

Villegas, Isabel. (2022). Los captadores de la atención: creadores de contenido ante las lógicas de las plataformas digitales. *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 15 (2), 1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8472645>

Youtube. (2024a). *Gana dinero en YouTube*. Youtube. Recuperado el 28 de abril de 2024 de https://www.youtube.com/intl/es_es/creators/how-things-work/video-monetization/

Youtube. (28/04/2024b). *Miembros del Canal*. Youtube. Recuperado el 28 de abril de 2024 de <https://www.youtube.com/intl/es/join/>

Youtube Creadores. (2022). *Búsqueda y descubrimiento de YouTube: Preguntas frecuentes sobre el algoritmo y el rendimiento*. Youtube. Recuperado el 28 de abril de 2024 de <https://www.youtube.com/watch?v=hZitMyrxSV4>

Zamora, Eliana. (2009). Conquistando el sueño americano: Trayectorias laborales de éxito profesional. *Revista Sociedad y Economía*, 17, 115-139. <https://www.redalyc.org/pdf/996/99612495006.pdf>

9. Anexo 1. Traducción al inglés

0. Introduction to the Bachelor's Thesis

0.1. Justification and Interest in the Topic

I considered multiple options for my Bachelor's Thesis, given that there are three possible modalities and various topics of interest to me. Ultimately, I decided to pursue an academic research project (Modality A) focused on the world of content creation and its relationship with politics.

Content creation captivates my attention as it represents a new form of internet entertainment aimed at a young audience. Most of the content offered on Twitch—the leading platform in live content creation, capturing 78.6% of the market share in terms of hours of streaming consumed by the audience (Streamlabs, 2022)—targets a demographic close to my age: in 2023, 42.1% of the platform's audience was between 18 and 24 years old, and 32.95% between 25 and 34 years old (Statista, 2023). A similar trend is observed on YouTube, where 21.3% of users fall within the 25 to 34 age range (SproutSocial, 2024), making up the majority of the audience.

Despite finding intriguing proposals and creative content on both platforms, I cannot help but be skeptical about content creation. I am often surprised by how content creators handle social, economic, and political positions lightly. Frequently, I encounter narratives that subtly promote neoliberal viewpoints, which is particularly concerning given that the main audience of content creation comprises individuals who have just reached adulthood (Streamlabs, 2022). I have especially noticed this trend of representing neoliberal ideas as non-political in the rhetoric of Xokas, a well-known content creator.

Thus, I have decided to focus my Bachelor's Thesis on how neoliberal influence can be exerted from supposedly apolitical contexts through an analysis of Xokas's discourse.

0.2. Objectives of the Bachelor's Thesis

My primary objective in this work is to develop myself in the field of research and demonstrate my ability to conduct a well-executed analysis, providing valuable insights and perspectives on the subject.

Additionally, this thesis aims to raise awareness about the political conditioning that can occur through infotainment, specifically focusing on content creation through the figure of Xokas. The intention is to encourage critical thinking about the content we consume, as cultural offerings can shape our thinking and understanding of the world around us.

0.3. Structure of the Bachelor's Thesis

This thesis begins with a general introduction to the chosen topic's context. Next, it presents a justification for the research opportunity, along with the hypothesis and objectives of the study. Following this, a well-founded theoretical framework will be established to support the subsequent analysis.

The theoretical framework will address the definition of content creation and its specific functioning on the two main platforms we will examine, Twitch and YouTube. Subsequently, one of the key concepts for understanding this work, neoliberal ideology, will be contextualized and defined, focusing on neoliberal ideas applicable to the analysis of the cases under consideration.

Following this, the methodology we will use will be determined, consisting of a discursive analysis of a series of cases related to the content creator Xokas, spanning from 2020 to 2024 and delimited based on several premises outlined in this section. The analysis will then be conducted to achieve results that meet the expected objectives.

Next, the obtained results will be analyzed. Subsequently, the results will be discussed concerning their validity against other possible theses, and the main conclusions of the research will be clarified, arguing whether the objectives have been achieved and the hypothesis tested. The thesis concludes by outlining its limitations and suggesting future lines of research. Finally, the consulted references will be added.

1. Introduction to the Research

1.1. Justification and Research Opportunity

The possibilities of audiovisual entertainment offered by the internet have grown exponentially since the inception of YouTube in 2005 (Statista, 2024a). Currently, content creation has expanded to the point where the majority of young audiences prioritize online entertainment over traditional television, or have directly replaced one with the other (Gutierrez and Cuartero, 2020).

Many studies have examined the influence of television on audiences, suggesting that television offers "trash" content that conditions younger viewers (Arbocó and O'Brien, 2012). It has also been noted that Spanish society, rather than rejecting it, offers and consumes a significant amount of sensationalist content.

The consumption of such programs by Spanish and Italian viewers is very high due to their broadcast on national channels and the constant competition among media companies to achieve the highest audience levels (Casas, 2016, 437).

The situation regarding television content in Spain and its relationship with the audience is well-studied. However, I have found few research projects that contain a critical analysis of the influence of content creation on viewers, especially from a political perspective. There has been some writing on the shift from television to digital consumption, comparing TV to Twitch (Gutierrez and Cuartero, 2020), and even analyzing Twitch as a TV substitute (Barrea, 2023). We can also find studies on Twitch and YouTube from a more statistical standpoint, gathering information about their consumption (Lavado, 2013) and trends (Tirado, 2021). Sociological research has examined Twitch viewers and their social motivations (Hilvert et al., 2018), and why people choose to watch others play video games instead of playing themselves (Sjöblom and Hamari, 2017). However, I have found only one study linking neoliberal ideology with content creation (Margarit, 2022). This study conducts its discursive analysis in a context directly related to political themes, such as the content creator Rubius moving to Andorra.

However, the political conditioning that can be exerted from content creation in supposedly apolitical contexts has not been analyzed. I found it appropriate to approach this through the figure of the content creator Xokas, conducting the analysis based on ideas present in his discourse that can be framed within the neoliberal ideal, with part of the interest lying in focusing on a discursive corpus of presumably apolitical themes.

1.2. Hypothesis and Objectives

The proposed research is based on the following hypothesis: Xokas's discourse can normalize neoliberalism, as representing neoliberal ideas in supposedly depoliticized contexts can condition the viewer's understanding of the world.

Objective 1: Identify the main ideas of the neoliberal model that could be linked to content creation.

Objective 2: Find and highlight cases where Xokas's discourse may represent neoliberal ideas in supposedly apolitical contexts.

Objective 3: Analyze the possible representation of the neoliberal ideas identified in Objective 1 within the selected discursive corpus.

Objective 4: Reason why Xokas's analyzed discourse normalizes neoliberal positions for his audience.

Objective 5: Encourage reflection on the ability of neoliberal ideology to permeate discourses, presenting itself as normal rather than a political ideal.

7. Conclusions and Limitations

After developing the bulk of this research work, we can draw some conclusions. This work starts from the hypothesis that Xokas' discourse can normalize neoliberalism, as representing neoliberal ideas in supposedly depoliticized contexts can influence the viewer and their understanding of the world. The first conclusion is that this hypothesis has been fully demonstrated throughout the work, highlighting the nuance discussed: Xokas presenting a discourse that normalizes neoliberalism does not imply that his entire discourse is neoliberal; given the impossibility of analyzing all his content, we focused on a corpus we considered representative.

All the initially proposed objectives have also been achieved: The first objective, to specify the main ideas of the neoliberal model that could be linked to content creation, was addressed in section 3.2. based on the information provided from point 2.2 to 2.2.5: we decided to analyze Xokas' discourse according to ideas or concepts such as individualism, meritocracy, market dynamics, and competitiveness. The second objective, to find and point out cases where Xokas' discourse might represent neoliberal ideas from supposedly apolitical contexts, was achieved in section 4, where these cases were proposed for analysis, explaining the context of each case and thus showing their supposedly apolitical nature.

The third objective, to analyze the possible representation of neoliberal ideas in the discourse present in the chosen cases, was also resolved during section 4, resulting in the analyzed corpus clearly representing these four neoliberal ideas. Another conclusion evident in the analysis results is that the most frequently represented idea in the analyzed discourse corpus is meritocracy; even when the discourse is representative of the other selected ideas, these end up relating to the idea of meritocracy.

The fourth objective, to reason why Xokas' analyzed discourse normalizes neoliberal positions to his audience in the selected cases, was achieved in section 6, where the capacity of cultural media, in this case, content creation, to influence the audience was argued.

The fifth objective, to prompt reflection on the ability of neoliberal ideology to permeate discourses, presenting itself as normality rather than a political ideal, corresponds to the conclusions section.

Throughout the work, we have studied how the neoliberal ideal can present itself under an apolitical appearance; we could have selected other cases where content creators position themselves against taxes or state interventionism, thus constituting a clearly neoliberal ideal. However, it seemed much more interesting to inspect contexts where this ideal does not reveal its political nature. Another conclusion from conducting this study is that, by broadcasting this discourse under an apolitical appearance, the neoliberal ideal is understood as a natural human philosophy. An interesting aspect is that the broadcaster, Xokas, also seems unaware of the politicization present in his discourse.

Based on the analysis in section 4, we can see that Xokas does not actively and consciously defend neoliberalism, but rather this ideal permeates his discourse because Xokas understands it as normality; he has probably integrated these neoliberal ideas earlier as if they were an apolitical philosophy. This may reflect that, at least in our country, the neoliberal ideal conditions our way of understanding the world. Within this model, Xokas is just another individual affected by the indirect politicization we absorb from cultural offerings and other multiple sources, but having a platform, he contributes to its propagation.

From this research, I interpret that neoliberalism is the ideology most capable of presenting itself as if it were not an ideology. Thus, the fifth objective is achieved, prompting reflection on how this political ideology can be understood as normality throughout the conclusions and the entire work.

Before concluding, it is pertinent to admit limitations in the work's development and outline possible lines of research. Regarding the limitations: I would have liked to study the discourse of multiple creators to verify the existence of a pattern in the politicization of content creation. Due to the inherent difficulties of deeply studying a discourse, I abandoned this aim, as being too ambitious, I perceived that both the analysis and the conclusions I might reach would not have the necessary solidity for a research work. I also would have liked to study the influence exerted by the platforms Twitch and YouTube themselves, as I believe they are not neutral tools for content creation; both set a path to follow. Finally, I decided to narrow the work to its current direction to avoid diluting the established focus and ensure it did not end up in no man's land.

From this work, I propose two future lines of research. The first responds to the first limitation mentioned: I find it interesting to study a possible pattern of neoliberal discourse among major content creators, as during this work, I encountered cases that seemed to reproduce ideas similar to those represented in the analyzed discourse. The second line of research is based on the second limitation mentioned: I believe it is necessary to study whether the nature of the Twitch and YouTube platforms themselves push content creators to adhere to neoliberal logics. Additionally, I find it interesting to analyze if, from this perspective, content creation tools like Twitch and YouTube could be understood as part of biopolitics, since if it is demonstrated that Twitch and YouTube indeed push creators towards a neoliberal model, and if we understand biopolitics as the structural arrangement of elements facilitating citizen governance, both platforms could fit this definition.