



De «*fucking* panza mileurista a millonario»: trabajo, disciplina y éxito en la manosfera

Lucía Márquez-Martínez
Universitat de València  

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.107038>

Recibido: 15 de enero de 2026 / Aceptado: 27 de febrero de 2026

Resumen. En el contexto contemporáneo, la actividad laboral se presenta a menudo no solo como medio de subsistencia, sino como proyecto vital que exige entrega total, mejora constante y sacrificio personal. Esta investigación analiza cómo se construye esta ética del esfuerzo mediante los vídeos publicados en Instagram por el *influencer* Amadeo Llados de enero a mayo de 2024. Con el análisis crítico del discurso como herramienta metodológica, se examinan los recursos que emplea Llados para promover una visión individualista del éxito, en la que el rendimiento personal es presentado como resultado exclusivo de la voluntad, la disciplina y la implementación de la mentalidad adecuada. Una dimensión central de estos discursos es el entrenamiento del cuerpo como metáfora y vehículo del éxito personal, donde la práctica física funciona como símbolo de autocontrol, constancia y merecimiento. El cuerpo aparece como capital en sí mismo: moldeado, gestionado y optimizado bajo lógicas de eficiencia y autosuperación. En este marco, el trabajo supone una identidad moral, mientras que el fracaso aparece como una responsabilidad individual. El estudio sitúa estos contenidos dentro del ecosistema digital de la manosfera, un escenario en el que se refuerzan modelos de masculinidad asociados al control, la productividad y la autosuficiencia. Así, se argumenta que estos vídeos contribuyen a la normalización de formas de autoexplotación, al tiempo que invisibilizan las dimensiones estructurales de la desigualdad y la precariedad laboral. La investigación aborda también cómo el trabajo y el cuerpo son resignificados en plataformas digitales como Instagram y operan como dispositivos que legitiman las lógicas del neoliberalismo.

Palabras clave. Llados, manosfera, neoliberalismo, análisis del discurso, éxito.

ENG From “Fucking Panza Mileurista to Millionaire”: Work, Discipline, and Success in the Manosphere

Abstract. In contemporary contexts, work is often presented not only as a means of subsistence but also as a life project that demands total dedication, continuous improvement, and personal sacrifice. This study analyses how this ethic of effort is constructed and legitimised through Instagram videos posted by content creator Amadeo Llados from January to May 2024. Using critical discourse analysis as a methodological tool, the research examines the strategies Llados employs to promote an individualistic vision of success, in which personal achievement is portrayed as the exclusive result of willpower, discipline, and an appropriate mindset. A central dimension of these discourses is the training of the body as both a metaphor and a vehicle for personal success, in which physical practice serves as a symbol of control, perseverance, and merit. The body thus emerges as a form of capital in itself: shaped, managed, and optimised according to logics of efficiency and self-improvement. Within this framework, work is construed as a moral identity, while failure is presented as an individual responsibility. The study situates these contents within the digital ecosystem of the manosphere, a space in which models of masculinity associated with control, productivity, and self-sufficiency are reinforced. It is argued that these videos contribute to the normalisation of forms of self-exploitation while simultaneously obscuring the structural dimensions of inequality and labour precariousness. The research also addresses how work and the body are re-signified on digital platforms such as Instagram and how these platforms operate as devices that legitimise neoliberal logics.

Keywords. Llados, manosphere, neoliberalism, discourse analysis, success.

Cómo citar: Márquez-Martínez, L. (2026). De «*fucking* panza mileurista a millonario»: trabajo, disciplina y éxito en la manosfera. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 32(2), 315-326. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.107038>

1. Introducción

En las últimas décadas, las transformaciones del capitalismo contemporáneo han reconfigurado profundamente las relaciones entre trabajo, identidad y subjetividad. En el contexto neoliberal, el trabajo ha dejado de ser únicamente una actividad orientada a la subsistencia para convertirse en un proyecto moral y biográfico que exige implicación total, autooptimización permanente y responsabilidad individual sobre el éxito y el fracaso (Torns *et al.*, 2015). Esta lógica se intensifica y resignifica en el ecosistema digital, pues las redes sociales funcionan como espacios privilegiados de circulación y legitimación de discursos motivacionales, meritocráticos y aspiracionales. Desde este escenario, algunos *influencers* traducen y simplifican las lógicas neoliberales en relatos accesibles y emocionales. Estos creadores de contenido configuran modelos de subjetividad basados en la autosuficiencia, la competitividad y la gestión del riesgo (Nicoli y Paltrinieri, 2019). Estos discursos ofrecen pautas de conducta y producen marcos interpretativos desde los que se justifica la precariedad y la desigualdad, mientras las causas estructurales del malestar y la desigualdad quedan desplazadas hacia el terreno de la voluntad (Briales, 2017).

El caso del *influencer* Amadeo Lladós resulta significativo para analizar estas dinámicas, pues construye su figura pública desde un relato de autosuperación extrema y se presenta como prueba de que el éxito es accesible para cualquiera que adopte la mentalidad y los hábitos adecuados. Su contenido pertenece al atlas de la manófera, donde la frustración derivada de la precariedad, la erosión de los privilegios tradicionales masculinos y la incertidumbre del presente se canaliza hacia relatos antifeministas que exaltan la cultura del esfuerzo y el individualismo (Pellicer-Planells, 2025).

2. Marco teórico

2.1. Trabajo e individualismo

En las sociedades contemporáneas, el trabajo se concibe principalmente como una actividad pública y socialmente reconocida, que garantiza la subsistencia material y la construcción de identidad social vinculada a la profesión (Gorz, 1995; Santamaría, 2009). La centralidad del trabajo persiste en el siglo XXI y alimenta la obsesión por el empleo y la disposición a entregarse a él (Naredo, 2002). El capitalismo flexible transforma la noción de autonomía laboral en un entramado de poder difuso, lo que afecta a la construcción de la identidad y la relación del sujeto con su tiempo (Sennett, 2000; Urquhart, 2018). La precariedad se ha consolidado como un rasgo estructural y la inestabilidad se asume como norma, lo que genera mercados laborales inseguros y promueve la autoexplotación y el miedo al desempleo (Santos-Ortega y Muñoz-Rodríguez, 2015; Tejerina *et al.*, 2012). En la era del realismo capitalista (Fisher, 2009) se impone la idea de que no hay alternativa al sistema existente.

Además, los discursos sobre motivación, emprendimiento y proactividad trasladan la responsabilidad de la empleabilidad al trabajador y debilitan la acción colectiva (Miguélez, 2003; Sennett, 2000). La atomización de las relaciones laborales, articulada

con la lógica foucaultiana del «empresario de sí mismo», obliga al sujeto a gestionar su capital humano y normaliza la precariedad (Coronel-Tarancón, 2025; Hester y Srnicek, 2024). Para el sujeto empresarial resulta imprescindible la búsqueda constante de la innovación, la ruptura permanente de la rutina y la capacidad de adaptarse al movimiento del capital (Laval y Dardot, 2018). El mito del *self-made man* emerge como relato central del individualismo extremo: el éxito se presenta como resultado exclusivo del esfuerzo propio, los fracasos son responsabilidad del sujeto y la vida personal se subordina al triunfo profesional (De la Cruz Tapiador, 2019).

2.2. Disciplina y optimismo

Históricamente, la disciplina ha constituido un eje fundamental del trabajo organizado y el poder ha moldeado los cuerpos para que sean útiles, dóciles y eficientes (Alonso y Fernández-Rodríguez, 2009; Foucault, 2022). Hoy, este control no depende únicamente de jerarquías visibles, sino que se ejerce mediante «tecnologías del yo» que fomentan la autorregulación, la autonomía y la autoexplotación (Foucault y Morey, 1990; Gill, 2019). Así, se espera que las personas se mantengan en constante competición y automejora, optimicen su rendimiento y cuiden su reputación (Gill, 2019). En esta lógica disciplinaria, las tecnologías digitales y los sistemas de evaluación permanente funcionan como herramientas de vigilancia algorítmica con las que la productividad se convierte en principio rector del tiempo (Muñoz-Rodríguez y Santos-Ortega, 2019).

En la edad del «optimismo forzado» se difunde que la precariedad puede superarse con una actitud positiva y las instancias *manageriales* despliegan dispositivos de control sobre los trabajadores (Moruno, 2018). La industria del desarrollo personal, la motivación y la felicidad transforma la incertidumbre en oportunidad y despolitiza los malestares colectivos: el desacuerdo se criminaliza y sus causas estructurales quedan ocultas tras el relato de la autosuperación (Cabanás e Illouz, 2019). La exhortación a «ser positivo» funciona como mecanismo ideológico que individualiza los logros y derrotas, mientras que los discursos gerenciales reducen los conflictos a una cuestión de actitud personal (Ehrenreich, 2012; Larner, 2000).

2.3. Masculinidad hegemónica y neoliberalismo

El neoliberalismo no solo configura modelos económicos, sino que produce subjetividades atravesadas por regímenes de género. En este marco, los ciudadanos socializados en la masculinidad hegemónica son interpelados por dinámicas de precarización que erosionan las tradicionales promesas de estabilidad y éxito vinculadas a esta. La fractura entre expectativas normativas y condiciones materiales genera frustración y resentimiento; sentimientos que, lejos de traducirse en respuestas colectivas, tienden a canalizarse hacia soluciones personales o espacios de socialización masculina 2.0, donde se refuerzan narrativas de agravio y competencia (Gandeshya y Heras, 2017; Pellicer-Planells, 2025).

Se promueven, así, paradigmas aspiracionales basados en el rendimiento económico, la fortaleza

física y la dominación simbólica de quienes quedan fuera del ideal normativo (Connell *et al.*, 2021). Estos mandatos operan como imposiciones externas, pero también se internalizan mediante prácticas de autodisciplina y autoexplotación, en sintonía con la figura neoliberal del sujeto emprendedor responsable de su destino (Gill, 2019). El mito del *self-made man* actúa como dispositivo central en la legitimación de estas masculinidades, al privilegiar la autosuficiencia, la agresividad y la competitividad frente a valores como la cooperación o el cuidado colectivo (De la Cruz Tapiador, 2019).

La hombría hegemónica contemporánea se consolida como un ideal cultural y performativo que exige una demostración constante de virilidad, poder y triunfo en ámbitos como el trabajo, el deporte o el entorno digital (Pastrana de la Flor y Del Río Almagro, 2022). Al definirse en oposición tanto a la feminidad como a masculinidades disidentes, este modelo refuerza jerarquías de género y rivalidades entre varones. La legitimación de estos estándares inalcanzables genera inseguridad y malestar, pero también presenta una hombría tan restrictiva y excluyente como deseable y aspiracional.

2.4. Manosfera y construcción digital de masculinidades tóxicas

La manosfera constituye un entramado heterogéneo de comunidades digitales dominadas por hombres donde se articulan, refuerzan y legitiman discursos reaccionarios, misóginos y neoliberales (García-Mingo y Díaz-Fernández, 2022; Navarro-Guinea, 2024). Este espacio virtual opera como una subcultura organizada que promueve una defensa militante de la virilidad tradicional e interpreta el feminismo como una amenaza (Bernárdez y Franco, 2023). Desde una perspectiva sociopolítica, la manosfera se ha desarrollado paralelamente al auge de movimientos ultraconservadores y de extrema derecha y actúa como reflejo y motor de la radicalización ideológica contemporánea (Ortega-Fernández, 2025). El funcionamiento de estas comunidades responde a una lógica autorreferencial misógina; así, los discursos hostiles hacia las mujeres y las identidades no normativas son normalizadas y amplificadas (Huete, 2022; Lacalle, 2023). En este proceso se despliegan estrategias narrativas como las referencias a la «píldora roja» de la película *The Matrix*, que opera como dispositivo simbólico de iniciación y pertenencia y opone a quienes «despiertan» y quienes permanecen «engañados» por el sistema (Jones *et al.*, 2019; Nurminen, 2022).

En este escenario se articulan diversos subgrupos con identidades y prácticas diferenciadas, pero, en todos los casos, se potencia una virilidad competitiva y jerárquica: el valor del hombre se mide por su éxito sexual, económico y simbólico frente a otros hombres (Bogetić, 2023; Caldevilla-Domínguez *et al.*, 2022). La expansión de estas comunidades ha ido en paralelo al desarrollo de las redes sociales, que facilitan la viralización de discursos, la consolidación de identidades colectivas y la incorporación de públicos jóvenes en procesos de socialización y búsqueda de pertenencia (Naslund *et al.*, 2020). Los algoritmos y la lógica de la atención contribuyen a amplificar los contenidos más provocadores, lo que

refuerza la radicalización discursiva. Así, las redes funcionan como espacios de producción y validación de masculinidades neoliberales: el cuerpo, la riqueza y la actitud emprendedora operan como capitales simbólicos (Iñigo y Ging, 2025). La manosfera refleja una deformación contemporánea del mito del *self-made man* y actúa como dispositivo de socialización política y cultural, donde se entrelazan masculinidades tóxicas, neoliberalismo, radicalización ideológica y fortalecimiento de discursos reaccionarios (Ortega-Fernández, 2025)

2.5. El caso Llados

En el ecosistema de la manosfera emerge la figura del *influencer* masculino como mediador ante audiencias más amplias. El caso del creador de contenido y *coach* motivacional Amadeo Llados ilustra cómo el discurso de la autooptimización, la ostentación económica y corporal y la humillación simbólica de los «perdedores» se integran en un modelo de hombría aspiracional que conecta con los valores centrales de la manosfera, aunque se presente en un formato motivacional y comercial (Gaudes-Sánchez, 2024). Estos creadores construyen comunidades cohesionadas desde una lógica de inclusión y exclusión: el éxito, la disciplina y la virilidad se convierten en marcadores de pertenencia. Respecto a su ubicación en la manosfera, Llados encajaría principalmente en el subsector de los *gymbros*, donde el cuerpo se convierte en capital simbólico y convergen la disciplina física y la mental, aunque también toma conceptos de otros subgrupos, como las referencias a «escapar de la Matrix» (Márquez de la Orden, 2025). Como mentor, Llados defiende que cualquiera puede modificar su vida si la gestiona de acuerdo con la lógica empresarial (Rocha-Bidegain *et al.*, 2025).

3. Planteamiento de la investigación

3.1. Objetivos y preguntas de investigación

El objetivo principal de esta investigación estriba en analizar el discurso de Llados, *influencer* con gran visibilidad por sus contenidos sobre *fitness*, desarrollo personal y éxito económico. En sus plataformas digitales, sus contenidos promueven y sugieren un modelo de vida basado en la disciplina física y mental y el emprendimiento. Asimismo, plantean la posibilidad de que sus seguidores alcancen éxito económico y personal con sus consejos financieros y vitales. El estudio busca problematizar los mecanismos mediante los que estos discursos pueden configurar representaciones sociales, relaciones de poder y modelos de masculinidad asociados al éxito y la autosuficiencia.

Para llevar a cabo este proyecto hemos trazado cuatro objetivos concretos:

- O1. Analizar las estrategias discursivas empleadas en los vídeos de Llados en la construcción de narrativas de motivación personal, esfuerzo y autosuficiencia.
- O2. Examinar cómo se utiliza el cuerpo como dispositivo simbólico, entendido como un instrumento de disciplina, valorización personal y legitimación social.

O3. Identificar la función ideológica de los discursos de Llados en relación con las lógicas neoliberales contemporáneas, especialmente en lo relativo a la individualización del éxito y el fracaso.

O4. Contextualizar estas narrativas dentro del ecosistema digital de la manósfera.

A partir de estos objetivos, se han trazado las siguientes preguntas de investigación:

P1. ¿Qué narrativas sobre la realización personal y el éxito aparecen en los vídeos de Llados?

P2. ¿Cómo se configura la presencia del cuerpo en estos contenidos y qué valores se proyectan sobre él?

P3. ¿Qué modelos de masculinidad promueven estas narrativas respecto al control, la autosuficiencia y la productividad?

P4. ¿Qué concepción de la responsabilidad individual y del lugar del sujeto en la sociedad emerge del discurso de Llados?

3.2. Diseño metodológico

3.2.1. Muestra y marco temporal

Esta investigación se centra en los vídeos breves (*reels*) publicados por Llados entre enero y mayo de 2024 en su perfil de Instagram (@lladosfitness), plataforma donde cuenta con más de 1,4 millones de seguidores. En total, la muestra está compuesta por 908 publicaciones. El periodo elegido corresponde a una etapa de alta actividad y visibilidad del *influencer*. Además, este marco temporal se encuentra atravesado por polémicas y una amplia cobertura mediática de su figura. Durante la primera mitad de 2024, fue objeto de una macroquerrela por presuntos delitos de estafa, estafa piramidal y delitos de odio en relación con sus cursos. Esta iniciativa fue ampliamente recogida por la prensa y planteó dudas sobre la legitimidad y el impacto de sus ofertas formativas (*La Vanguardia*, 2024). Paralelamente, su figura también fue problematizada en múltiples piezas periodísticas (Bardají, 2024; *El Confidencial*, 2024; Equipo de Investigación, 2024). Incluso la entonces ministra de Trabajo de España, Yolanda Díaz, se pronunció públicamente contra los métodos de Llados y asemejó sus premisas con «la cultura de la esclavitud» (Justo, 2024).

3.2.2. Técnica de investigación

Como técnica metodológica se empleó el análisis crítico del discurso (ACD), entendido como una aproximación que examina el discurso como práctica social y espacio de producción y reproducción de relaciones de poder. Desde esta perspectiva, el discurso no se concibe como un mero reflejo de la realidad social, sino como un elemento constitutivo de esta, capaz de contribuir a la configuración de imaginarios, identidades y jerarquías sociales (Fairclough, 2003). El estudio se inscribe en la tradición del ACD que analiza cómo el abuso de poder, la dominación y la desigualdad se reproducen a través de textos y prácticas comunicativas (van Dijk, 1998, 2009). Asimismo, se considera la dimensión sociohistórica del discurso y la construcción identitaria en contextos específicos (Wodak y Meyer, 2015), lo que permite si-

tuar las producciones analizadas dentro de marcos culturales e ideológicos más amplios. No en vano, los discursos de los *influencers* no se consideran simples reflejos pasivos de la realidad, sino que contribuyen activamente a construir representaciones de las relaciones sociales, potencian determinados imaginarios y participan en dinámicas de poder (Castillo-González, 2020).

Dado que el objeto de estudio está integrado por *reels* de Instagram, el análisis se centra tanto en la dimensión verbal presente en los vídeos como en los textos que los acompañan (*captions*). En este sentido, se reconoce que otros recursos multimodales (música, efectos visuales o sonoros) pueden influir en la interpretación del discurso, lo que supone un eje potencial para estudios futuros. En los fragmentos citados se han conservado intencionadamente las faltas de ortografía, puntuación y gramática presentes en los materiales originales, al considerarse parte constitutiva del universo comunicativo del *influencer*. Este análisis se orienta por el enfoque de «concepto sensibilizador» (Blumer, 1954), que proporciona una guía interpretativa sin imponer categorías cerradas a priori, lo que permite que los ejes analíticos se definan progresivamente en contacto con el material empírico. Asimismo, recurrimos a la noción de «paquetes mediáticos» de Gamson y Modigliani (1989), entendidos como un conjunto de estructuras simbólicas que permiten interpretar la realidad dentro de un marco discursivo central.

3.2.3. Procedimiento analítico

El análisis se realizó sobre la totalidad del corpus (N = 908 publicaciones), sin aplicar criterios de muestreo, con el objetivo de garantizar una aproximación exhaustiva al universo discursivo examinado. El procedimiento consistió en una revisión sistemática de las publicaciones, lo que incluyó el visionado detallado de los vídeos y el examen de los *captions*. Este proceso, realizado de forma manual, permitió identificar regularidades temáticas y patrones discursivos recurrentes.

Las categorías analíticas no se establecieron de forma cerrada con anterioridad, sino que se delimitaron progresivamente a medida que avanzaba el análisis del corpus completo. Para reforzar la consistencia, las regularidades observadas fueron contrastadas en todo el material para verificar su recurrencia y coherencia interna. La selección de los fragmentos citados en los resultados responde a su carácter representativo dentro del corpus y a su capacidad para ilustrar las dinámicas y estrategias detectadas. El análisis privilegió la interpretación de los patrones discursivos y de los mecanismos que construyen representaciones sociales y relaciones de poder. De este modo, se priorizó la comprensión cualitativa del material sobre la cuantificación de términos o expresiones.

4. Resultados y discusión

Esta investigación se articula a partir de las configuraciones narrativas que atraviesan nuestro corpus y que facilitan problematizar cómo se organizan los relatos y se conectan con el contexto social (Conde, 2009). Este enfoque posibilita identificar las principales dimensiones de los discursos y caracterizar el

objeto de estudio mediante la delimitación de espacios semánticos, entendidos como conjuntos de expresiones y temáticas interrelacionadas que se articulan con los ejes de las configuraciones narrativas (Valera-Ordaz *et al.*, 2022).

4.1. Ganadores o perdedores

Analizar las publicaciones de Llados permite registrar tres configuraciones narrativas fundamentales que estructuran sus contenidos y orientan la interpretación del éxito por parte de sus seguidores. La primera consiste en la construcción de una dicotomía dialéctica entre el universo del éxito y el del fracaso: los individuos se clasifican en ganadores o perdedores según su desempeño económico, corporal y social. El triunfador es llamado «bestia», «monstruo», «jefazo» o «puto amo» y los perdedores se consideran «blandos», «plebeyos», «nenazas», «pobres», «panzas» o «mileuristas».

En esta vida puedes vivir o morir. En esta vida puedes ganar o perder. O bien inviertes para vivir o bien inviertes para morir. Opción A: Escuchas a la Matrix y inviertes para generar dinero con el fin de jubilarte, puede comprarse un lambo de 1M con 80 años. Recuerda si inviertes con el fin de generar dinero sin trabajar estas invirtiendo para morir, cuando dejas de trabajar empiezas a morir. Opción B: Escuchas a Llados e inviertes en ti y en experiencias con el fin de vivir tu vida y trabajar hasta morir en lo que amas, puede comprarse un Bugatti de 3.5M con 32 años (Caption, 01/04/2024).

«Preguntale a tu papa que es mileurista y lleva toda la vida levantándose a las 5:00 y no tiene ningún *fxcking* resultado» (Caption, 01/01/2024). «Dejadme daros mi perspectiva (...). Os interesa más que la de vuestro profesor con panza que (...) genera 1200€ al mes, no puedo pagar ni el seguro de mi Bugatti, con lo que genera tu profesor» (Transcripción, 22/03/2024).

Vivir no es tener un empleo y generar 2.000 euros al mes, y (...) te puedes ir de vacaciones. Eso es una *fuckin* mierda. Eres un mandado, eres un preso, estás en una cárcel. (...) No eres libre. Vas de tu mierda de *fuckin* casa, a tu mierda de empleo (...). No puedes viajar a donde quieres, no puedes conducir los coches si quieres, no puedes hacer nada de lo que realmente quieres hacer. Eres un esclavo. Si me das a elegir, prefiero ir a una cárcel durante cinco años que vivir una vida normal de un plebeyo (Transcripción, 28/02/2024).

En su propio relato, Llados se posiciona como ejemplo de éxito y narra su trayectoria de superación de obstáculos como evidencia de que sus métodos son replicables, como moraleja de la fábula que él mismo despliega.

Del hostel a la mansión. De llegar al *gym* en *scooter* de \$300 a llegar en SVJ de 1M. De ver la playa trabajando de camarero al super yate (...) con 4 diosas. Del vuelo de ryanair de \$60 al *jet* privado de 60K. De adicto a la cocaína a salvar vidas.. (...) Tira tu EGO y saluda al JEFE (...) Absolutamente *fkn* nadie de habla hispana ha hecho algo similar (...), lo ha documentado

todo para que se lo crean los plebeyos con panza y lo esta enseñando al mundo en su escuela (Caption, 19/01/2024).

Soy ese hombre que no falla (...). Soy ese hombre en la mejor forma física (...) que da de comer y beber a los mas necesitados. (...) que sufre para ser el ejemplo de otros (...) que atrae a las mujeres mas *top*. (...) que vuela en *jet* privado. (...) que genera mas dinero del que puede gastar. Soy ese hombre que tiene un *fkn* Bugatti (Caption, 31/03/2024).

Hay niveles en la vida, nunca debes (...) creerte superior al jefe ya que entonces nunca podras aprender de el y permaneceras plebeyo. (...) Las carreteras necesitan *seat panda* con tapacubos para que existan Bugattis, el mundo necesita plebeyos para hablar de los jefazos asi se hacen mas ricos (Caption, 03/04/2024).

Esta dicotomía legitima un marco moral donde las derrotas se consideran asuntos personales y quedan invisibilizados factores estructurales como la precariedad laboral o la desigualdad (Rodríguez-González *et al.*, 2025). Frente a las grietas sociales, no se deben exigir mejoras colectivas, sino las personas deben descubrir cómo adaptarse, sobrevivir y mejorar (Cabanas e Illouz, 2019). Es ahí cuando entran en juego los testimonios de alumnos que Llados recoge en su perfil, discípulos abnegados (en su gran mayoría, hombres jóvenes) erigidos como prueba de la eficacia de sus métodos. Para ellos, el vínculo con Llados supone una «inversión personal» para acceder a una vida lujosa y al reconocimiento social (Rocha-Bidegain *et al.*, 2025).

Llados, hermano. Échale un vistazo a esto, tío. Mi nuevo Rolex de oro rosa: 40.000 euros. Tenemos por aquí el Rolex Starbucks. Aquí tienes la mansión que me he pillado. Tengo en el garaje el Porsche GT3, uno de los coches de mis sueños. Tú me has enseñado, me has guiado en la sala Tu primer millón. ¿Para qué está un Rolex, si no es para pegar *burpees*? Más de 1000.0000 euros al mes. Todo esto te lo debo (Transcripción, 15/01/2024).

Llados, tío, aquí estoy en tu propia mentoría VIP, pero es que no me aguanto más. Terminé el año (...) habiendo hecho mi primer millón con la sala Tu primer millón. Sal de la universidad. Vas a darte un shock (Transcripción, 15/01/2024).

La meta final al plantear esta dicotomía es promocionar sus diversas formaciones. Por ello, la inmensa mayoría de sus publicaciones incluyen mensajes publicitarios como: «Tengo cientos de miles de alumnos (...) viviendo la vida de sus sueños. Masterclass Gratuita Sala Tu1millon. Crea la persona que Admiras y Respetas. Escapa el Sistema como Coach Online. Link en bio @tu1millon» (Caption, 04/05/2024). Esas clases gratuitas ejercen de puerta de entrada a otras de pago:

Panzas, drogados, excusas, desagradecidos, sin fe, vibrando bajo. La vida es mas facil que el GTA con trucos (...). Empieza AHORA a crear el personaje que siempre has querido ser en la vida real por menos de lo que cuesta un *fkn*

videojuego! Mandame un DM o ves a mi web (Caption, 06/01/2024).

Chris entró en el Curso Tu1millon de 1800 eur hace 4 meses. Tenia ya una habilidad con la que genero el año pasado 1M neto en bienes y raices. En 4 meses aplicando el metodo tu1millon fue de 10K a 30K al mes como *Coach Online* en Bienes y Raices (Caption, 27/04/2024). Ningun sitio te da la sabiduría de la *Mastermind* Tu1millon, porque ningun sitio puedes vivir 2 dias con Llados. Cada vez sera mas difícil acceder, aprovecha ahora porque esto es como cuando salió bitcoin (...) alguien volviera a este post en 10 años y diran...fak si hubiera ido..Proxima *Mastermind* Tu1millon (...) en Miami, mi mansion + super yate!! Las plazas ya se estan llenando! (Caption, 26/02/2024).

La *Mastermind* Tu1millon es el unico sitio (...) donde podrás entender como funciona el mundo y recibiras la mayor exposición nunca vista. Sientate en una mesa creada por Dios solo para ganadores donde los 10K no son suficientes para ganarte un asiento, necesitas la actitud y valores de un gran ser humano. Llevate a ti, tu marca personal, tu negocio, tu fisico, tu mente y tu alma al siguiente nivel. Mandame un DM y dime *mastermind* para aplicar a una plaza (Caption, 02/04/2024).

La segunda configuración narrativa identificada articula la interdependencia entre éxito financiero, autocontrol corporal y éxito afectivo. En las cartografías discursivas de Llados, distintas formas de capital (económico, físico y erótico) se retroalimentan y el éxito en un ámbito potencia y legitima el resto. Así, la riqueza permite adquirir un cuerpo disciplinado y mantener relaciones afectivas de alto estatus, la disciplina corporal confirma la valía socioeconómica y las relaciones románticas funcionan como prueba externa del logro. Por contra, los individuos con cuerpos fuera del estándar o ingresos bajos son estigmatizados y despreciados. En el plano corporal, Llados incide de forma sistemática en los ataques verbales hacia las personas con sobrepeso; una tendencia que se suma a la gordofobia estructural amplificada por las plataformas 2.0 (Aparicio-Martín, 2015; Friedman *et al.*, 2008).

Eres tan mediocre que aceptas una panza, (...) aceptas ser empleado, (...) no te da *fucking* vergüenza ser un ejemplo mediocre para tus hijos. (...) Eres un *fucking* chiste. (...) No tiene nada de malo ser pobre ni ser gordo. Tiene todo de malo aceptar esa *fucking* mierda (Transcripción, 08/01/2024).

Entro en este bar. Miro a la izquierda. *Fucking* cruasán. A la derecha. *Fucking* pan con mermelada y café. Miro a la derecha. Panza. A la izquierda. Panza. Mileurista. Mileurista (Transcripción, 02/03/2024).

En el relato de Llados, la pareja (entendida siempre desde una perspectiva heterosexual y patriarcal) es un indicador de éxito integral del sujeto. No en vano, desde la masculinidad hegemónica neoliberal, la competencia, el control y la validación externa consolidan la jerarquía social y moral (De la Cruz Tapiador, 2019).

«Es simple saber si un hombre sabe cerrar ventas, fijate que mujeres cierra. Luego esta la panza closer de ventas que te enseña su sistema de 5 pasos (...), y su mujer es una fea con 15kg de mas» (Caption, 01/02/2024). «Conduces un seat corolla y viajas en Ryanair en vuelos de 200 eur (...) si tu chica es un orco con panza ya sabemos como haces lo demas» (Caption, 13/02/2024).

La interpretación del fracaso en clave individual y la invisibilización de las cuestiones estructurales conforman nuestra tercera configuración narrativa. Estas prácticas reflejan un narcisismo autoritario propio del neoliberalismo (Coronel-Tarancón, 2025), donde el éxito se entiende como resultado exclusivo del esfuerzo personal. Por contra, incumplir los estándares corporales, económicos o afectivos (desde el prisma de Llados, la derrota) se atribuye exclusivamente a la falta de voluntad y disciplina (Villacañas, 2020).

Eres un blando que no es capaz de seguir esos simples pasos...por eso permanecerás un plebeyo mas pasto de la Matrix (Caption, 02/04/2024).

A la gente le encanta ponerle el peso de la responsabilidad a otra persona, ya sea el *coach* , (...) la universidad... No, bro, está en ti. El problema es que no tenéis confianza en vosotros mismos. No pensáis que sois capaces de recuperar mil euros de mierda (Transcripción, 22/03/2024).

Igualmente, la estigmatización del descanso reproduce una lógica capitalista que criminaliza todo tiempo no productivo (Lanci, 2020).

Deja de descansar y de huir del dolor maldita nena!!! El problema teneis todos es que nunca. Habéis sentido dolor de verdad!! (...) Teneis que estar cansados!! Dormir menos inútiles!! Solo conectaras con tu alma cuando estes cansado!!Teneis que comer menos, trabajar mas, sufrir mas, dormir menos!!! Literal sois un chiste!! El juego de la vida es el mas facil!! Se compite contra blandos! (Caption, 12/01/2024).

4.2. Dinero y músculos

Respecto a las configuraciones narrativas, se identifican dos espacios semánticos principales, que organizan y articulan los significados en los discursos de Llados. El primero de ellos está centrado en el éxito económico. El capital y, más específicamente, los bienes de lujo ejercen como atractores principales que evidencian la superioridad y diferenciación de los «ganadores». La ostentación de coches y relojes de alta gama refuerza el relato del triunfo individual y la fantasía de escapar de la mediocridad. De este modo, se potencia la internalización de la meritocracia: la acumulación de riqueza supone una prueba de valía (Coronel-Tarancón, 2025).

«Llevo en mi reloj la casa que tu papá aún no ha pagado. Llevo 250k en la muñeca y me tiro burpees con ello. Si vuelo en jets son 60k. Tú no ves 60k en tu vida» (Caption, 01/02/2024). «Mi *lunch break* de hoy pille el Lambo de po-

bres de 500K y lleve a las bebés @thalia.mcix y @jaelyn_one a comer a gastarme el salario de 1 mes de un plebeyo» (*Caption*, 03/04/2024). «¿Sabes los huevos que tienes que tener para comprarte un Bugatti de 3,5 millones de dólares?» (Transcripción, 22/03/2024). «El hombre que admiras y respetas no conduce un Seat Twingo con tapacubos mostrooooo!! Deja de engañarte y ponte las pilas!! (...) Importa el coche conducess!! Dice quien leches eres!!» (*Caption*, 02/01/2024).

De hecho, se menosprecian hábitos económicos prudentes como el ahorro o la inversión en una vivienda propia por considerarlo la ruta de «los perdedores», de quienes no han «escapado del sistema». Igualmente, el trabajo asalariado se percibe como una señal de falta de ambición o de cobardía y el emprendimiento (con la asunción del riesgo que conlleva) se plantea como única vía de autorrealización (Rocha-Bidegain *et al.*, 2025).

«Les han entrenado para que hagan dinero, compren una casa, retirarse. Bro, te han destruido» (Transcripción, 08/02/2024). He comprado casas y nada cambio, al invertir en mi todo cambia (...) Tampoco tengo miedo y tampoco quiero dejar de trabajar así que ninguna inversión de abuelo tiene sentido para mí. Lo más valioso en este mundo no es el real state...es una marca personal (*Caption*, 11/04/2024).

La disciplina corporal es el eje principal del segundo espacio semántico detectado. Este ámbito gira alrededor de conceptos como el moldeamiento extremo del cuerpo (con especial fijación en partes concretas del cuerpo como el estómago), el ejercicio físico extenuante y constante (con prácticas como los *burpees*) y la restricción alimentaria.

«Teneis que reventaros físicamente, teneis que pasar hambre!! Paseando panzas todos!!! Deberíais tener abs todos!!!» (*Caption*, 12/01/2024).

Una corporalidad musculada supone una vía de acceso a los demás logros; símbolo visible del sacrificio y el mérito; pero también como dispositivo de control social y validación del estatus (Connell *et al.*, 2021; Rodríguez-González *et al.*, 2025). Corporalidad y moralidad caminan de la mano, una dupla que legitima la ética del rendimiento y consolida la autoridad de Lladós como modelo (Álvarez-Fernández, 2025): una persona con los valores considerados adecuados tendrá, necesariamente, un cuerpo considerado adecuado. El cuerpo constituye un mecanismo de prueba moral y espiritual, lo que nutre el relato de que todo depende de la voluntad: lo esencial es tu yo potencial, no el actual (Cederström y Spicer, 2015).

Una persona que no está en forma (...) no se respeta y no se ama. Dios nos ha dado la bendición de tener un cuerpo en esta tierra, y el cuerpo es el templo del Espíritu Santo. Si tú estás maltratando tu cuerpo, estás maltratando tu espíritu. No te estás respetando, te estás intoxicando con mala comida, alcohol, no estás haciendo ejercicio. (...) no te amas. Si tú no te amas, no puedes amar a nadie. (...) el físico

no es solo físico: es salud, amor propio, respeto (Transcripción, 02/01/2024). Escuchas a los papanatas decir (...) no hace falta levantarse a las 5am, no hace falta ir al gym...estos individuos, que son una vergüenza para la raza humana, no dominan lo más importante, el arte de vivir, el autodomínio (Transcripción, 08/03/2024).

Estas exigencias corporales se aplican no solamente al individuo sino también a quienes le rodean, especialmente a sus parejas. y, de hecho, se defiende la ruptura de la relación si esa pareja no cumple los estándares corporales requeridos.

Si para ti esta okey rodearte de panzas mileuristas en un bar esta okey, pero entiende que seras un resultado de las personas con las que te rodees (*Caption*, 02/03/2024).

Si eres empleado, tienes una panza, vicios y tus «amigos» aceptan eso en sus estándares...no tienes amigos hermano..tienes compañeros de perder. No acepto que nadie en mi círculo se drogue, no de el 100% cada día, no eleve siempre sus estándares. Quien se acerca a mí es forzado a ganar o ganar (*Caption*, 12/04/2024).

Si mi mujer se pone gorda, la dejo. (...) no quiero una mujer gorda. Eso significaría que ella dejaría de amarse, de respetarse (Transcripción, 09/04/2024).

4.3. De ejemplo a mesías

La fe cristiana y la religiosidad funcionan aquí como herramientas de legitimación, pero también como garantía de éxito y satisfacción existencial.

Me puedes quitar el bugatti. Me puedes quitar todo. Pero no puedes quitarme el proceso. No puedes quitarme mi conexión con Jesucristo, es todo lo que necesito. No puedes parar a un hombre que se valida con el proceso y no con el resultado. Ese hombre siempre será libre, no puedes parar a un hombre que camina al lado de Jesucristo (...) La libertad no es financiera, (...) es espiritual (*Caption*, 17/03/2024).

Dios me bendijo con todos mis deseos, con abundancia, con fama. Dios bendice a todos los que me apoyan y maldice a todos los que me tratan con desprecio (*Caption*, 26/03/2024).

En este sentido, el narcisismo autoritario actúa como un mecanismo de «autogobierno religioso» que convierte el malestar en una promesa de salvación, los escollos en una prueba de fe y el mercado en una entidad que distingue y premia al vencedor (Coronel-Tarancón, 2025). De hecho, Lladós se reivindica como líder mesiánico para sus seguidores, que buscan en esa adhesión a un referente espiritual que defiende el juego del capitalismo neoliberal y aplique «mano dura» a quienes disientan. En ese empeño, desprecia a figuras tradicionales de autoridad como padres o profesores y, en general, al sistema educativo formal (Coronel-Tarancón, 2025). Incluso ha sido acusado de emplear estrategias propias de las sectas con sus alumnos (Gaudes-Sánchez, 2024).

He creado una Nueva Era que realmente no es nueva, son las bases de vivir que Dios nos muestra (*Caption*, 26/02/2024).

Hay una guerra ahora mismo. (...) Una guerra espiritual entre la luz y la oscuridad, se nota la energía, tenéis que aislaros de toda esa mierda, son distracciones para frenaros, para dejaros paralizados. (...) Es un mensaje que tenía que daros (...) ahora que me han devuelto el Bugatti y es azul como el cielo, (...) ¿de qué color es tu Bugatti? (Transcripción, 30/04/2024). El mundo es perfecto, solo quiero que comprendas como funciona para que puedas ir a comer en lambo tambien (*Caption*, 03/04/2024).

Tu padre es un perdedor... lleva toda la vida malgastando su puta vida y no ha invertido un pavo en aprender (Transcripción, 02/01/2024). Vas a la universidad cuatro años, malgastas cuatro años de tu vida y sales con un papel que dice que eres algo. Te están mintiendo. No eres nada (Transcripción, 15/02/2024).

Poner tildes no me han traído aquí. Los que te critican por no poner una tilde viven en un zulo de 600 eur al mes y conducen un citroen panda con tapacubos. Recuerda los papanatas se esconden detras de sus puntos fuertes..algunas personas solo saben ortografía (...). Llegas tu profe de ortografía en citroen saxo y sale con su panza y novia con su respectiva panza. (...) esos frikis de ortografía solo saben poner

tildes. Ni siquiera saben escribir y llegar al alma a una persona. (...) para llegar al alma a una persona y cambiarla debes saber quien eres!! (...). Pero claro tu profe de gramática sabe mas que tu!! Voy a sacar mi libro y dejare faltas aposta para demostrar al mundo que el *top best seller* tiene faltas de ortografía, el libro que mas vidas cambiara!! (*Caption*, 17/02/2024).

4.4. Cartografía del universo discursivo de Llados

A modo de síntesis integradora de los patrones identificados a lo largo del análisis, la Tabla 1 sistematiza las principales categorías discursivas, junto con fragmentos representativos y su función ideológica. En este estudio, una categoría discursiva se entiende como un conjunto de expresiones, temas y patrones recurrentes en el corpus que comparten una función comunicativa o ideológica similar, sin ser impuestas a priori (Fairclough, 2003; van Dijk, 2009). Asimismo, la función ideológica hace referencia a cómo los discursos contribuyen a construir, reforzar o cuestionar representaciones sociales, jerarquías, valores y relaciones de poder en un contexto socio-cultural determinado (Fairclough, 2003; van Dijk, 1998; Wodak y Meyer, 2015). Esta sistematización permite visualizar de manera integrada los mecanismos mediante los cuales las narrativas de éxito, disciplina y masculinidad promovidas por Llados se articulan y se sostienen en el corpus analizado.

Tabla 1. Categorías discursivas.

Categoría	Fragmentos representativos	Función ideológica
Ganadores/Perdedores	«Del hostel a la mansión. De llegar al gym en scooter de \$300 a llegar en SVJ de 1M...» (<i>Caption</i> , 19/01/2024). «En esta vida puedes vivir o morir. En esta vida puedes ganar o perder O bien inviertes para vivir o bien inviertes para morir» (<i>Caption</i> , 01/04/2024).	Construye una dicotomía moral y social entre triunfadores y fracasados que refuerza la aspiración a la élite y la admiración por el éxito material.
Individualización del triunfo y el fracaso	«Eres un blando que no es capaz de seguir esos simples pasos... por eso permanecerás un plebeyo más pasto de la Matrix» (<i>Caption</i> , 02/04/2024). «A la gente le encanta ponerle el peso de la responsabilidad a otra persona... No, bro, está en ti» (Transcripción, 22/03/2024).	Defiende la idea de que el éxito o fracaso depende exclusivamente del individuo e invisibiliza factores estructurales y sociales.
Éxito económico	«Mi <i>lunch break</i> de hoy pillé el Lambo de pobres de 500K y llevé a las bebes a comer a gastarme el salario de 1 mes de un plebeyo» (<i>Caption</i> , 03/04/2024). «Llevo en mi reloj la casa que tu papá aún no ha pagado. Llevo 250k en la muñeca y me tiro <i>burpees</i> con ello. Si vuelo en <i>jets</i> son 60k. Tú no ves 60k en tu vida» (<i>Caption</i> , 010/2/2024).	Presenta la riqueza y el consumo como indicadores de valía y diferenciación social inscritos en el relato de la meritocracia.
Disciplina corporal	«Teneis que reventaros físicamente, teneis que pasar hambre!! Paseando panzas todos!!! Deberíais tener abs todos!!!» (<i>Caption</i> , 12/01/2024). «Escuchas a los papanatas decir (...) no hace falta levantarse a las 5am, no hace falta ir al <i>gym</i> ...estos individuos que son una vergüenza para la raza humana no dominan lo más importante, el arte de vivir, el autodomínio» (Transcripción, 08/03/2024).	El cuerpo se convierte en un instrumento de control social, reflejo de disciplina y mérito individual. Se vincula la corporalidad con la autoridad y el estatus.

Categoría	Fragmentos representativos	Función ideológica
Relaciones afectivas	«Si eres empleado, tienes una panza, vicios y tus amigos aceptan eso en sus estándares... no tienes amigos hermano.. tienes compañeros de perder» (Caption, 12/04/2024). «Si mi mujer se pone gorda, la dejo. (...) no quiero una mujer gorda. Eso significaría que ella dejaría de amarse, de respetarse» (Transcripción, 09/04/2024).	Refuerza modelos de masculinidad hegemónica y la idea de que las amistades, la pareja y la atracción sexual funcionan como indicadores de éxito integral.
Autoridad y legitimación moral	«No escuches a los mediocres, actúa según los estándares que te llevarán a ser un líder» (Transcripción, 28/03/2024). «Soy ese hombre que no falla (...). Ese hombre en la mejor forma física (...) que atrae a las mujeres más top. (...) que genera más dinero del que puede gastar» (Caption, 31/03/2024).	Establece jerarquías morales y sociales donde la adhesión a los valores promovidos por el <i>influencer</i> legitima su autoridad y la del modelo que representa.
Religión y fe	«Me puedes quitar el bugatti. Me puedes quitar todo. Pero no puedes quitarme el proceso. No puedes quitarme mi alma. No puedes quitarme mi conexión con Jesucristo, es todo lo que necesito» (Caption, 17/03/2024). «Hay una guerra ahora mismo. (...) Una guerra espiritual entre la luz y la oscuridad, se nota la energía, tenéis que aislaros de toda esa mierda» (Transcripción, 30/04/2024).	La fe se presenta como marco de legitimación y guía para la acción. Así, se integra la dimensión espiritual en la construcción de autoridad y éxito económico, social y corporal.

Fuente: elaboración propia.

5. Conclusiones

A través de los contenidos estudiados, Lladós articula un discurso centrado en la mejora continua, el sacrificio y la autosuficiencia como fundamentos del triunfo individual (P1). En su relato, el éxito se construye como un proceso integral donde la disciplina económica, corporal y afectiva se entrelazan y el sujeto debe asumir una responsabilidad absoluta sobre sus resultados. Las narrativas sobre la autorrealización que emergen de este corpus sitúan la actitud, la constancia y el sufrimiento como los principales mecanismos para alcanzar la excelencia, mientras que cualquier fracaso se interpreta como consecuencia de la falta de esfuerzo. La figura de Lladós se presenta como paradigma de éxito y ejemplo a seguir, lo que legitima su autoridad ante su comunidad. La autoridad del *influencer* se consolida con la exposición de logros personales y la promoción de una ética del sufrimiento y la mejora continua.

Respecto a la corporalidad, el físico actúa aquí como dispositivo simbólico y moral (P2). La disciplina física no se limita a la estética, sino que se construye como un indicador del carácter, la voluntad y la capacidad de autodominio del individuo. La insistencia en el entrenamiento extremo, la alimentación restringida y el sacrificio cotidiano muestran que el cuerpo se convierte en un espacio donde proyectar ideales de constancia, resistencia al dolor y compromiso espiritual. Esta relación entre cuerpo y valía personal conecta directamente con los patrones de virilidad promovidos (P3), que enfatizan el control sobre los propios impulsos, la autosuficiencia y la productividad. Así, la fuerza física se correlaciona con la autoridad, la libertad y la capacidad de generar riqueza.

Además, los contenidos de Lladós reproducen lógicas neoliberales al responsabilizar al sujeto por

sus triunfos o caídas y eliminar las referencias a factores estructurales o sociales que puedan condicionar la existencia (P4). Los padres, los profesores y la educación formal se consideran mediadores incapaces o ineficaces: solo la adhesión a los principios de perseverancia, sacrificio y fe que promueve el *influencer* son válidos para lograr resultados. La combinación de motivación, moralización del esfuerzo y exaltación del consumo articula un modelo de masculinidad y meritocracia en el que el éxito es alcanzable, pero únicamente se conjuga en singular. Un universo en el que escapar del sistema solo es posible desde un individualismo feroz.

6. Limitaciones y líneas futuras

Este estudio se centra exclusivamente en el análisis del discurso oral y de los textos que acompañan los videos publicados por el *influencer*, desde un enfoque cualitativo-interpretativo, sin considerar otros elementos multimodales como la música, los efectos visuales o sonoros. Tampoco evalúa empíricamente la recepción de los mensajes por parte de la audiencia ni su impacto real o influencia sobre los seguidores. Asimismo, el análisis se basa en la totalidad del corpus recopilado durante el periodo seleccionado (enero-mayo de 2024), por lo que los resultados reflejan tendencias interpretativas situadas en ese marco temporal y contextual, sin pretender extrapolaciones más allá del caso estudiado. Futuras investigaciones podrían explorar de manera empírica la recepción del público y el impacto real de los mensajes mediante estudios longitudinales. También podría desarrollarse un análisis que incorpore el resto de los recursos audiovisuales empleados por el *influencer* (música, efectos, ambientación), con el fin de ampliar la comprensión multimodal del discurso.

so. Igualmente, serían pertinentes estudios comparativos con otros creadores de contenido para profundizar en la comprensión del fenómeno en distintos contextos.

7. Financiación y apoyos

Esta publicación forma parte del proyecto de I+D+i PID2023-151411NB-I00 «Flujos de comunicación en la esfera pública postmediática: nuevos públicos y catalizadores del discurso político (SphereFlows)», financiado por MICIU/AEI/10.13039/501100011033/.

8. Declaración sobre uso de inteligencia artificial

En este artículo no se han utilizado herramientas de inteligencia artificial.

9. Referencias bibliográficas

- Alonso, L. E. y Fernández-Rodríguez, C. J. (2009). Usos del trabajo y formas de la gobernabilidad: La precariedad como herramienta disciplinaria. En A. Serrano, E. Crespo y C. Prieto (Coords.), *Trabajo, subjetividad y ciudadanía* (pp. 229-258). UCM/CIS.
- Álvarez-Fernández, S. (2025). Prácticas de sentido: Filosofía y psicología del tatuaje, el culturismo y la modificación corporal extrema. *Eikasía. Revista de Filosofía*, (126), 47-87. <https://doi.org/10.57027/eikasía.126.1007>
- Aparicio-Martín, E. (2015). Los medios de comunicación en la violencia contra las mujeres: El paradigma de la delgadez. *Historia y Comunicación Social*, 20(1), 107-119. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n1.49550
- Bardají, C. (20 de mayo de 2024). *Amadeo Lladós, influencer o líder d'una secta? A la seva vida hi ha poc d'heroic i molta frustració*. RAC1. <https://www.rac1.cat/societat/20240520/170378/amadeo-llados-influencer-lider-d-secta-persona-frustrada.html>
- Bernárdez, A. y Franco, Y. (2023). *Misoginia online: la cultura de la manófera en el contexto español*. Tirant Lo Blanch.
- Blumer, H. (1954). What is wrong with social theory? *American Sociological Review*, 19(1), 3-10. <https://doi.org/10.2307/2088165>
- Briales, A. (2017). Emprendedores fracasados: Individualización neoliberal en los discursos sobre el desempleo. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, (20), 79-104. <https://doi.org/10.6035/Recerca.2017.20.5>
- Bogetić K. (2023). Race and the language of incels: Figurative neologisms in an emerging English cryptolect. *English Today*, 39(2), 89-99 <https://doi.org/10.1017/S0266078422000153>
- Caldevilla-Domínguez, D., Barrientos-Báez, A., García-Manso, A. y Matarín-Rodríguez-Peral, E. (2022). Neurocomunicación y manosferas: Estudio de caso Forocoches. *Historia y Comunicación Social*, 27(2), 509-519. <https://doi.org/10.5209/hics.84402>
- Cabanas, E. e Illouz, E. (2019). *Happycracia: Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Paidós.
- Castillo-González, M. (2020). Precariedad cool: La trendinización discursiva de la precariedad juvenil en la prensa digital española. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 155-167. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.24>
- Cederström, C. y Spicer, A. (2015). *The wellness syndrome*. Polity Press.
- Conde, F. (2009). *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Connell, R., Messerschmidt, J. W., de Stéfano Barbero, M. y Morcillo, S. (2021). Masculinidad hegemónica. Repensando el concepto. *RELIES: Revista Del Laboratorio Iberoamericano Para El Estudio Sociohistórico De Las Sexualidades*, (6), 32-62. <https://doi.org/10.46661/relies.6364>
- Coronel-Tarancón, A. (2025). El rebaño de los ganadores: El narcisismo autoritario como dispositivo de gobierno neoliberal. *Juvenicidio*, 22(57). <https://doi.org/10.29092/uacm.v22i57.1169>
- De la Cruz Tapiador, A. (2019). *El mito del self-made man en la cultura estadounidense* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/10960>
- Ehrenreich, B. (2012). *Sonríe o muere*. Turner.
- El Confidencial. (19 de abril de 2024). Una youtuber se infiltra en el polémico curso de Amadeo Lladós y cuenta su experiencia: «Secta y estafa de libro». *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2024-04-19/Imparocio-vidal-amadeo-llados-secta-estafa_3869772/
- Equipo de Investigación (2024). Lladós: el hombre que odiaba a los mileuristas (Temporada 15, Episodio 19) [Programa de televisión]. LaSexta/Atresmedia. https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/equipo-de-investigacion/temporada-15/llados-el-hombre-que-odiaba-a-los-mileuristas_65ce3d8073e4b0e42c20abc6/
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.
- Fisher, M. (2009). *Capitalist realism: Is there no alternative?* Zero Books.
- Foucault, M. (2022). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. Siglo XXI.
- Foucault, M. y Morey, M. (1990). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Paidós.
- Friedman, K. E., Ashmore, J. A. y Applegate, K. L. (2008). Recent experiences of weight-based stigmatization in a weight loss surgery population. *Obesity*, 16(S2), S69-S74. <https://doi.org/10.1038/oby.2008.457>
- Gamson, W. A. y Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.
- Gandesha, S. y Heras, A. I. (2017). De la personalidad autoritaria a la personalidad neoliberal. *Estudios Políticos*, (41). <https://doi.org/10.1016/j.espol.2017.02.004>
- García-Mingo, E. y Díaz-Fernández, S. (2022). *Jóvenes en la manófera*. Centro Reina Sofía-FAD Juventud. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7221159>
- Gaudes-Sánchez, C. (2024). *Impacto de los influencers en las conductas e identidad de los jóvenes: El caso Amadeo Lladós* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Zaragoza]. <https://zaguan.unizar.es/record/147325>
- Gill, R. (2019). Cuando la propia vida es el campo laboral. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*,

- 24(1), 14-36. <https://raco.cat/index.php/Recerca-PensamentAnalisi/article/view/355850>
- Gorz, A. (1995). *Metamorfosis del trabajo*. Sistema.
- Hester, H. y Srnicek, N. (2024). *Después del trabajo*. Caja Negra.
- Huete, X. (2022). Opresión epistémica en la manófera. *Dilemata*, (38), 163-175. <https://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/412000490>
- Iñigo, A. y Ging, D. (2025). «Llados, quiero ganar»: A cross-platform analysis of the Spanish influencer Amadeo Llados' content on social media [Comunicación]. II International Congress on Media, Gender and Sexualities, Barcelona, España.
- Jones, C., Trott, V. y Wright, S. (2019). Sluts and soyboys: MGTOW and the production of misogynistic online harassment. *New Media & Society*, 22(10), 1903-1921. <https://doi.org/10.1177/1461444819887141>
- Justo, D. (2 de mayo de 2024). Yolanda Díaz se enfrenta a los métodos del polémico influencer Amadeo Llados: «Es una cultura absolutamente impropia». *Cadena SER*. <https://cadenaser.com/nacional/2024/05/02/yolanda-diaz-se-enfrenta-a-los-metodos-del-polemico-influencer-amadeo-llados-es-una-cultura-absolutamente-impropia-cadena-ser/>
- La Vanguardia. (5 de junio de 2024). Más de 1000 personas presentan una demanda contra el influencer Amadeo Llados. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/gente/20240605/9708841/mas-de-1000-personas-presentan-una-demanda-contra-el-influencer-amadeo-llados-pmv.html>
- Lacalle, C. (2023). Las pasiones misóginas de la manófera española. *Signa*, 32, 41-53. <https://doi.org/10.5944/signa.vol32.2023.36111>
- Lanci, Y. (2020). *Subverting capital's temporality: A critical reappraisal of laziness*. University of Sussex. <https://hdl.handle.net/10779/uos.27075658.v1>
- Larner, W. (2000). Neo-liberalism: Policy, ideology, governmentality. *Studies in Political Economy*, 63, 5-25. <https://doi.org/10.1080/19187033.2000.11675231>
- Laval, C. y Dardot, P. (2018). *El ser neoliberal*. Gedisa
- Márquez de la Orden, R. (2025). «¿De qué color es tu Bugatti?»: Los gym bros y la narrativa neoliberal de la manófera. *Comunicación y Género*, 8(1), e99671. <https://doi.org/10.5209/cgen.99671>
- Miguélez, F. (2003). ¿Por qué empeora el empleo? En R. Díaz Salazar (Ed.), *Trabajadores precarios: El proletariado del siglo XXI*. HOAC.
- Moruno, J. (2018). *No tengo tiempo: Geografías de la precariedad*. Akal.
- Muñoz-Rodríguez, D. y Santos-Ortega, A. (2019). Precariedad en la era del trabajo digital. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 24(1), 1-13. <https://doi.org/10.6035/Recerca.2019.24.1.1>
- Naredo, J. M. (2002). Configuración y crisis del mito del trabajo. *Scripta Nova*, 6(119). <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn119-2.htm>
- Naslund, J. A., Bondre, A., Torous, J. y Aschbrenner, K. A. (2020). Social media and mental health. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5, 245-257. <https://doi.org/10.1007/s41347-020-00134-x>
- Navarro-Guinea, A. (2024). El eterno retorno de la manófera. *Perifèria*, 29(1), 109-139. <https://doi.org/10.5565/rev/periferia.942>
- Nicoli, M. y Paltrinieri, L. (2019). "It's still day one". *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 24(1), 37-60. <https://doi.org/10.6035/Recerca.2019.24.1.3>
- Nurminen, M. (2022). From Swallowing the Red Pill to Failing to Build the Wall: Allusive Cognitive Metaphors in Advocating Political and Extremist Views. *Poetics Today*, 43(2), 309-334. <https://doi.org/10.1215/03335372-9642637>
- Ortega-Fernández, E. (2025). La manófera y su evolución en la dinámica sociopolítica: Una revisión sistemática de publicaciones académicas (2018-2023). *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-536>
- Pastrana de la Flor, M. M. y Del Río Almagro, A. (2022). The requirement of traditional masculinity. *Universum (Talca)*, 37(1), 293-314. <https://doi.org/10.4067/S0718-23762022000100293>
- Pellicer-Planells, M. (2025). Economías afectivas en los medios digitales. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 30(2), 1-24. <https://doi.org/10.6035/recerca.8403>
- Rocha-Bidegain, Á. L., Pagola, M. L. y Morales, A. E. (2025). *Ser-Hacer-Tener: el Neo-coach como dispositivo de subjetivación neoliberal* [Comunicación]. XVI Congreso Argentino, XI Latinoamericano y III Internacional de Educación Física y Ciencias, Buenos Aires, Argentina.
- Rodríguez-González, M. M., Vargas-Veleda, Y. y Mauri-Castillo, I. (2025). El tratamiento de la gordofobia en redes sociales. *ICONO 14*, 23(1), e2219. <https://doi.org/10.7195/ri14.v23i1.2219>
- Santamaría, E. (2009). *Trayectorias laborales en los márgenes del empleo* [Tesis doctoral, Universidad del País Vasco]. <https://aplicaciones.ciencia.gob.es/teseo/#/tesis/O281658/detalle>
- Santos-Ortega, A. y Muñoz-Rodríguez, D. (2015). Fuga de cerebros y biografías *low cost*. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 16, 13-33. <https://doi.org/10.6035/Recerca.2015.16.2>
- Sennett, R. (2000). *La corrosión del carácter*. Anagrama.
- Tejerina, B., Cavia, B., Santamaría, E. y Carbajo, D. (2012). *Precariedad vital y juventud vasca*. Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- Torns, T., Moreno, S., Borràs, V. y Recio, C. (2015). El tiempo y la ciudad: dinámicas, conflictos y propuestas. En E. Martín Criado y C. Prieto (Coords.), *Conflictos por el tiempo. Poder, relación salarial y relaciones de género* (pp. 169-192). UCM/CIS.
- Urquhart, E. I. (2018). *Power nap: Visualising sleep and neoliberal governmentality* [Tesis doctoral, Lund University]. <http://lup.lub.lu.se/student-papers/record/8945849>
- Valera-Ordaz, L., Requena-i-Mora, M., Calvo, D. y López-García, G. (2022). Desenredando la desinformación. *Comunicar*, 30(72), 21-32. <https://doi.org/10.3916/C72-2022-02>
- van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*. Sage
- van Dijk, T. A. (2009). Critical discourse studies: A sociocognitive approach. En R. Wodak y M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse studies* (pp. 62-86). Sage.

Villacañas, J. (2020). *Neoliberalismo como teología política*. Ned.

Wodak, R. y Meyer, M. (2015). *Methods of Critical Discourse Studies*. Sage.

Lucía Márquez Martínez. Es investigadora predoctoral en la Facultad de Filología, Traducción y Comunicación de la Universitat de València. Su tesis aborda los discursos mediáticos en torno al trabajo contemporáneo. Además, ejerce como colaboradora en distintos medios, tanto de prensa como audiovisuales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3264-4252>