

Exploración del consumo cultural digital en la construcción de identidades *online* en jóvenes de La Paz y El Alto

Exploration of digital cultural consumption in the building of youth people's online identities in La Paz and El Alto

Bernardo Monasterios Meneses¹

Fecha de recepción: 10 de septiembre de 2024

Fecha de aprobación: 19 de octubre de 2024

Resumen

El objetivo de este estudio consistió en explorar los patrones de consumo cultural digital y su relación con la construcción de identidad online de jóvenes de 18 a 24 años en La Paz y El Alto. Este trabajo se basó en la tesis de Maestría en Gestión de la Comunicación presentada por el autor al Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en Comunicación (IpiCOM). Se constató que el consumo de contenido digital permite expresar no sólo sus intereses y valores, sino que fomenta lazos sociales y la construcción de una identidad colectiva. La investigación usó un enfoque cualitativo, mediante entrevistas, grupos de discusión y análisis del contenido en comunidades virtuales Cosplay, K-Pop, gamers y redes sociales, se exploraron las experiencias de los jóvenes sobre su identidad digital. Los resultados revelan una conexión directa entre el consumo cultural digital y la autoafirmación en el entorno virtual, resaltando tanto beneficios como desafíos en la negociación de su identidad online.

Palabras clave: Identidad digital, consumo cultural, comunidades virtuales, jóvenes, La Paz, El Alto.

Abstract:

The objective of this study was to examine the patterns of digital cultural consumption and their impact on the online identity construction of young people aged 18 to 24 in La Paz and El Alto, Bolivia. This paper is based on the author's thesis for the Master's in Communication Management at the Institute for Research, Graduate Studies, and Social Interaction in Communication (IpiCOM). In the context of growing digitalization and active social media engagement, it highlights that digital content consumption not only enables youth to express their interests and values but also fosters the creation of social bonds and collective identity. The research followed a qualitative approach, employing semi-structured interviews and content analysis of user-generated material on virtual communities such as Cosplay, K-Pop, gamers and social networks. The findings reveal a direct relationship between digital cultural consumption and the self-affirmation of youth in virtual spaces, emphasizing both the positive aspects and the challenges in negotiating their online identities.

Keywords: Digital identity, cultural consumption, virtual communities, youth, La Paz, El Alto.

¹ Magister en Gestión de la Comunicación. Docente Titular carrera de Comunicación de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA). ORCID: 009-004-95798509. Correo electrónico: bmonasterios@umsa.bo

INTRODUCCIÓN

Esta investigación tuvo el objetivo de identificar algunos de los principales elementos que componen el consumo cultural digital y su relación con la construcción de identidades digitales de los jóvenes.

Las nuevas generaciones en La Paz y El Alto, entre los 18 y 24 años, están transformando su relación con la tecnología mediante el consumo cultural que incluye la interacción con diversas expresiones de cultura en contextos tradicionales, y el consumo cultural digital a través de su participación en comunidades virtuales Cosplay, Gamers, K-Pop y redes sociales (Facebook, YouTube, TikTok, Whatsapp, Telegram, entre las principales).

Las preguntas de investigación se enfocaron en cómo los jóvenes emplean las comunidades virtuales de Cosplay, K-Pop y Gamers, así como en redes sociales para explorar sus intereses y preferencias, y de qué manera la participación en estos espacios facilitó la conexión con otros que comparten los mismos intereses. Una pregunta fundamental fue cómo las dinámicas en estas plataformas y comunidades digitales contribuyen a la autodefinición y autoafirmación de los jóvenes en la esfera virtual; investigando también cómo la interacción contribuye a la percepción que tienen de sí mismos y la manera en que construyen su identidad *online*. Estas preguntas buscaron no solamente entender el consumo cultural digital en la vida de los jóvenes, sino también los desafíos y oportunidades que emergen en el proceso de construcción de una identidad saludable en el entorno digital.

El consumo cultural digital de los jóvenes fue medido a partir de indicadores como: 1) la autoafirmación en redes sociales, 2) la participación activa en comunidades virtuales (Cosplay, K-Pop y Gamers) y 3) la internalización de discursos culturales en las redes sociales. Adicionalmente, la identidad digital se analizó a través de la construcción de perfiles en redes, la interacción simbólica con otros usuarios y la representación de sí mismos mediante narrativas digitales.

En América Latina, el consumo cultural digital ha adquirido un papel central en la vida cotidiana gracias a factores tecnológicos, sociales y económicos, especialmente a través de los medios móviles que han generado nuevas formas de lenguaje y prácticas. Este estudio resaltó las particularidades de los contextos paceño y alteño ya que existen limitaciones económicas que no impiden que los

jóvenes exploren e interactúen en la red, adaptando sus estrategias de uso según sus posibilidades. Monasterios (2023, p. 152) describe “las limitaciones económicas y el acceso restringido a datos móviles, y cómo, a pesar de ello, los jóvenes encuentran formas de interactuar con las tecnologías, diferenciando sus prácticas de otras realidades”.

El consumo digital puede fortalecer la identidad colectiva, pero también tener efectos negativos. El contenido no regulado puede tener efectos sobre la percepción de sí mismos y sus relaciones virtuales; además, la presión en comunidades virtuales puede limitar la autenticidad y desconectar a los jóvenes de sus entornos locales, debilitando sus lazos sociales. Es por ello que este estudio espera contribuir en el debate académico sobre el impacto de la digitalización, ofreciendo una base sólida para futuras investigaciones sociales y psicológicas.

MATERIALES Y MÉTODOS

El marco teórico de la investigación se estructuró sobre tres enfoques centrales: el Interaccionismo Simbólico (IS), la convergencia digital y la sociedad de la información. Desde el IS, Blumer (1969) y Mead (1937) establecen que los significados se construyen y negocian a través de la interacción social, siendo las identidades productos del intercambio de símbolos y de la percepción que los individuos tienen de sí mismos en función a la valoración de los demás. Mead desarrolló el concepto de *self*, que se refiere a la capacidad de verse a uno mismo como sujeto y objeto en la comunicación. Esta teoría sostiene que el *self* se forma mediante la interacción con los demás, lo que “facilita la creación de significados compartidos en la sociedad” (Blumer, 1969; Mead, 1937).

Monasterios destaca que “esta perspectiva permite entender cómo el lenguaje y los símbolos ayudan a los individuos a definir su identidad y ajustar su comportamiento según la percepción de los demás” (2023, p. 222).

Este estudio explora la construcción de la identidad desde el Interaccionismo Simbólico y la convergencia digital, se analizó cómo el “*self*” se configura en el entorno digital mediante el consumo cultural. La convergencia digital facilita la creación de narrativas y dinámicas que unifican medios y tecnologías, permitiendo autoexpresión y redefinición de la identidad en constante transformación: “yo soy yo”. El consumo digital abarca desde la bús-

queda de información hasta la compra de productos que se ha vuelto fundamental en la vida cotidiana; por tanto, transforma la interacción con el mundo en línea al ofrecer conectividad constante y acceso inmediato a contenidos (Lazo y Espinoza, 2022).

En la “ecología de los medios”², Postman (1970) sugiere “redefinir los entornos mediáticos y las formas en que interpretamos el mundo”. Las interfaces tecnológicas, como membranas que median entre el usuario y la tecnología, permiten la creación y distribución de contenidos en tiempo real, alterando las prácticas culturales y sociales.

Definición y construcción de consumo cultural digital

En la sociedad digital actual, el consumo cultural de los jóvenes está influenciado por factores como el acceso a la tecnología; “las redes sociales han revolucionado la interacción con la cultura, permitiéndoles acceder a diversos contenidos y ampliando sus preferencias” (Monasterios, 2023, p. 144). La globalización y el acceso masivo a la información también han facilitado la exploración de culturas globales, transformando las formas de consumo cultural.

García Canclini (1990) define al consumo cultural como “el conjunto de procesos mediante los cuales las personas se apropian y utilizan productos en los que el valor simbólico tiene mayor relevancia que los valores de uso o intercambio”.

Por su parte, el consumo cultural digital se entiende como el proceso mediante el cual los jóvenes no solo acceden y usan contenido en línea de acuerdo con sus intereses y valores simbólicos, sino que, ese consumo contribuye a la construcción activa de su identidad digital en entornos virtuales. Según Monasterios (2023, p. 239) “la cultura digital, a través de las comunidades virtuales, ofrece una plataforma para que los jóvenes experimenten con su identidad, exploren nuevas formas de autodefinición y se relacionen con otros en base a intereses compartidos”.

En el entorno digital no sólo se impulsa el consumo, sino que permite a los jóvenes producir y compartir contenido a través de blogs, redes sociales y plataformas fomentando su participación activa en la creación y difusión cultural. Así, la tecnología no solo media el consumo, sino que convierte a los usuarios en generadores de cultura.

Por tanto, este estudio se centra en el consumo cultural digital de los jóvenes, espacio en el cual se configuran y transforman las identidades digitales a través de la expresión en línea. En esa perspectiva Scolari afirma que “los medios modelan las percepciones de los sujetos: los seres humanos crean instrumentos de comunicación, pero,

en un segundo momento, estos mismos medios les modelan la percepción y cognición sin que sean realmente conscientes de este proceso” (Scolari, 2015 en

Monasterios, 2023, p. 68).

Martín Barbero (1991 en Monasterios, 2023, p. 81) también resalta cómo “el consumo cultural es un espacio de resistencia y negociación ante las estructuras de poder”, donde se enfatiza la importancia de los contextos socioculturales y políticos.

Las plataformas digitales como WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok, X (anteriormente Twitter), YouTube y Telegram han transformado las formas de interacción de los jóvenes, donde coexiste comunicación constante y específica para cada medio. Estos cambios han modificado también la percepción del tiempo y el espacio. La idea de que “el medio es el mensaje” (McLuhan, 1969) resulta fundamental, ya que dispositivos como teléfonos móviles y computadoras determinan el modo y el alcance de nuestra comunicación.

Construcción de identidad online en jóvenes

A su tiempo, García Canclini (1990) examinó cómo las tecnologías digitales “permiten un acceso más personalizado y diverso a los contenidos culturales, influyendo en la construcción de identidades híbridas”.



2 Se podría hallar de una analogía con la convergencia digital y su afectación a las estructuras sociales.

La construcción de la identidad, siendo un proceso dinámico y fluido, se estima a través de la interacción con símbolos culturales, la autoafirmación en redes sociales y la participación en comunidades como Cosplay y K-pop. Esta construcción se evalúa por la capacidad de los jóvenes para negociar su identidad en espacios digitales, donde proyectan narrativas personales mediante publicaciones, perfiles y contenido audiovisual (Monasterios, 2023). Por otro lado, la identidad digital se operativiza mediante el análisis de las representaciones del *self* en redes sociales, observando la construcción de una imagen pública en base a interacciones, *likes* y comentarios que reflejan la percepción social de los usuarios en estos entornos.

La identidad 2.0, o identidad online, se refiere a la construcción de narrativas, imágenes y comportamientos que los individuos proyectan en entornos digitales, especialmente a través de las redes sociales. Según Pantoja y Rendón (2020), estos “actos performativos constituyen la subjetividad del usuario y caracterizan la dinámica fluida y cambiante de su identidad social”.

Por su parte, Monasterios (2023, p. 188) añade que “los jóvenes construyen su identidad online paralelamente a su vida offline, utilizando las redes sociales como un ‘territorio simbólico’ donde las narrativas mediáticas juegan un papel clave en la definición de lo propio y lo ajeno”. Los símbolos culturales e icónicos que circulan en estas plataformas permiten a los usuarios proyectar imágenes de éxito y diferenciación.

Rosalía Winocur (2013) destaca que los medios digitales —comunidades virtuales y redes sociales en este estudio— han transformado las relaciones sociales, dando lugar a una “complejidad de las nuevas formas de alteridad que hicieron estallar los referentes tradicionales que organizaban en el imaginario lo íntimo y lo público, lo propio y lo ajeno”. A esta complejidad se suma la propuesta de Yus (en Monasterios, 2023, p. 92), quien señala que la identidad 2.0 permite a los jóvenes experimentar con diversas facetas de su personalidad, e “influye considerablemente en la percepción cognitiva”.

Parafraseando a ambos autores se subraya que la identidad en la era digital es un proceso en constante transformación, influido por las narrativas mediáticas, los símbolos culturales y la interacción social virtual, lo que convierte a la identidad 2.0 en un fenómeno esencial para comprender la subjetividad contemporánea.

Complementariamente, el análisis del consumo cultural y mediático en La Paz y El Alto también se fundamentó en la propuesta teórica de los cinco mundos de referencialidad de Marcelo Guardia (2021) a partir de cinco esferas clave: micro social, macrosocial o público, mediática, imaginado y de las redes sociales, para el estudio de la cultura y los medios. Estas dimensiones permiten entender cómo las tecnologías de la información y comunicación (TIC) influyen en la vida cultural juvenil, especialmente en su participación en comunidades virtuales.

A través de este análisis se buscó explorar la integración de las TIC en la esfera pública, privada e íntima, proporcionando una comprensión más amplia de las dinámicas culturales en estos contextos.

Figura 1
Esferas de los mundos mediáticos de referencia



La esfera pública incluye plataformas como Facebook, Whatsapp, YouTube y TikTok, y analiza la participación de los jóvenes en “la creación y contenido compartido”, así como su interacción con audiencias amplias. La esfera privada se centra en entornos más restringidos, como chats y grupos cerrados, explorando cómo los jóvenes interactúan con familiares, amigos cercanos, buscando reconocimiento en redes más exclusivas. La esfera íntima aborda las interacciones más personales, donde los jóvenes comparten pensamientos y emociones con alta confianza y privacidad.

Este enfoque permite entender cómo los jóvenes se desplazan entre estas esferas, qué plataformas prefieren en cada una y cómo estas interacciones contribuyen a la construcción de su identidad y relaciones en línea.

Metodología

Monasterios (2023) optó por un enfoque cualitativo debido a su efectividad en el análisis de fenómenos sociales complejos, especialmente en la construcción de identidades digitales. Según Vasilachis de Gialdino (2006), este enfoque “permite explorar la diversidad de perspectivas y procesos, facilitando una comprensión profunda de las trayectorias identitarias”. Asimismo, el enfoque naturalista, que se centra en entender la realidad desde la lógica interna de los participantes, lo cual es esencial para analizar las interacciones digitales sin alterar su dinámica natural.

El Interaccionismo Simbólico fue el referente teórico y metodológico porque busca comprender a profundidad los fenómenos sociales y humanos a través de las experiencias, significados y percepciones de los participantes, utilizando métodos no numéricos para el análisis de datos. La teoría fundamentada en Glaser y Straus (2017) fue clave, ya que sostiene que “las categorías teóricas deben surgir inductivamente de los datos recolectados, permitiendo un proceso de generación de teoría basado en la evidencia empírica”. Para validar los resultados, se implementó la triangulación, siguiendo a Guba y Lincoln (1985), como una “estrategia clave para la verificación de la consistencia y fiabilidad de los datos a partir de diversas fuentes y perspectivas”.

Primero, se identificaron las principales características de las comunidades virtuales de Cosplay, K-Pop y Gamers, así como el uso de redes sociales a las que están registrados. Luego se evaluó el tipo de participación y el tipo de contenido que consumen o crean. Posteriormente, se examinó cómo los

jóvenes interactúan y consumen cultura digital y, a la vez, definen su autopercepción y autoimagen. Finalmente, se observó cómo los jóvenes proyectan y representan su identidad digital en distintas redes sociales.

Las técnicas de recolección de datos fueron entrevistas en profundidad, grupos de discusión, análisis documental, observación participante y análisis de contenido (Kvale, 1996; Kreuger y Casey, 2000 y Malinowski, 1922). Se realizaron 15 entrevistas individuales, se trabajó con 5 grupos de discusión. Además, se analizó los contextos socioculturales de jóvenes seleccionados de 18 a 24 años de La Paz y El Alto, activos en comunidades digitales como Cosplay, K-pop y Gamers; pero también, el tipo de dispositivo tecnológico, el nivel de participación y el uso de distintas plataformas digitales como Facebook, YouTube, TikTok, Instagram incluso WhatsApp porque reflejan diversas interacciones en línea.

Desde la perspectiva del Interaccionismo Simbólico se enfocó en cómo los significados sociales se construyen a través de la interacción, lo que facilitó la comprensión de cómo los jóvenes negocian su identidad en el entorno digital. La teoría fundamentada permitió que las categorías surgieran de los datos, mientras que la triangulación fortaleció la validez de los hallazgos. Los resultados se interpretaron en el contexto de los riesgos y desafíos del consumo cultural digital, como la erosión de identidades culturales tradicionales y la homogeneización cultural.

RESULTADOS

Monasterios (2023) a través del levantamiento de datos se reveló cómo los jóvenes construyen sus percepciones y opiniones con las interacciones en redes sociales, destacando la diferencia entre estas plataformas y los medios convencionales. También se identificaron patrones y tendencias en el consumo cultural, lo que ofrece una base sólida para futuras estrategias educativas y mediáticas dirigidas a esta población en Bolivia (La Paz y El Alto).

El análisis para el estudio se estructuró en cuatro fases:

- **Revisión documental:** Se investigaron las características y particularidades de diversas comunidades virtuales.
- **Relación de los jóvenes con la tecnología:** Se examinó el nivel de vida, el consumo cultural y el uso de redes sociales, enfocándose en sus experiencias con múltiples pantallas.

- **Entrevistas en profundidad:** Se entrevistó a jóvenes de La Paz y El Alto para evaluar la relación entre el nivel socioeconómico, consumo cultural, impactos de las redes sociales y uso de la tecnología.
- **Análisis de contenido:** Se estudió el uso de texto e imagen en redes como YouTube, TikTok e Instagram, revelando que lo jóvenes no solo consumen contenido, sino que también lo producen, reflejando aspectos de su identidad e influencias globales, como el K-Pop.



bilidades y establecer conexiones significativas. También se observa una transición de roles tradicionales hacia una identidad más fluida, adaptada según la comunidad virtual a la que pertenecen, lo cual se evidencia en la frecuencia de interacción y los patrones de consumo cultural que reflejan sus identidades culturales y colectivas.

Las comunidades de Cosplay y K-pop suelen ser más cerradas, mientras que plataformas digitales como YouTube y TikTok permiten identidades más fluidas y accesibles, facilitando que los usuarios exploren y compartan múltiples facetas de sí mismos, mientras que los Youtubers aportan perspectivas sobre la creación de contenido y la autogestión en la era digital. Estas diversas plataformas permiten a los jóvenes adaptar su expresión y pertenencia de acuerdo con el entorno y la identidad que desean proyectar, aprovechando la versatilidad del espacio digital para encontrar afinidad y visibilidad en comunidades de interés compartido.

Consumo cultural digital y esferas de referencia

Los resultados reflejan cómo los jóvenes participan activamente en comunidades virtuales y producen contenido que refuerza su sentido de pertenencia e influyen su identidad *online*. La investigación muestra que el consumo digital permite expresar sus intereses, desarrollar ha-

Tabla 1
Porcentaje de jóvenes que interactúan en comunidades virtuales

PLATAFORMA	PORCENTAJE DE USO (%)	CONTENIDO MÁS CONSUMIDO
YouTube	85	Videos educativos, tutoriales, entretenimiento
TikTok	75	Desafíos virales, bailes, tendencias de moda
Instagram	65	Fotografías personales, moda, influencers
Comunidades de K-Pop	40	Música, coreografías, cultura coreana
Comunidades de Cosplay	30	Creación de disfraces, eventos, fotografía artística

Fuente: Tomado de Monasterios (2023)

En la investigación sobre las redes sociales utilizadas por los jóvenes se identificaron varios criterios para asegurar la representatividad y profundidad del estudio. Los smartphones son los dispositivos más utilizados por su portabilidad y facilidad de uso, aunque también se emplean laptops y computadoras fijas. Los partici-

pantes expresaron sus preferencias: A. Peñaloza edita contenidos en el celular por su accesibilidad, J. Amani utiliza TikTok como medio de expresión emocional, S. Poma prefiere YouTube por su contenido variado y A. Villarroel enfatiza la importancia de discernir entre fuentes confiables en Internet.

Tabla 2
Sistematización a partir del concepto esferas de referencia

COMUNIDADES VIRTUALES	ESFERA PÚBLICA	ESFERA PRIVADA	ESFERA ÍNTIMA
COMUNIDAD COSPLAY	Eventos públicos Grupos cerrados Mensajes personales	Contenido de cosplay Amigos y familiares Amigos cercanos	Contenido de cosplay Amigos y familiares Amigos cercanos
K-POP FANÁTICOS	Transmisión de MV Comunidades de fans Charlas personales	Fans público Clubes de fans Amigos cercanos Discusiones en grupo	Fanáticos de confianza
COMUNIDAD GAMERS	Comunidad de jugadores Juegos en línea Chats de clanes Mensajería personal	Foros de juegos Grupos de amigos Amigos cercanos del juego Eventos de deportes electrónicos	Comunicación del equipo Compañeros de equipo de confianza
COMUNIDAD YOUTUBERS'S	Subidas de vídeos Chats de suscriptores Mensajes privados	Comentarios y me gusta Colaboraciones cerrar pares de contenido Discusiones públicas Interacciones con los fans	Colaboradores de confianza
TIKTOK COMMUNITY	Retos de tendencia Comentarios públicos	Compromisos con la tendencia Seguidores limitados	Contactos confiables

Fuente: Elaboración de Monasterios (2023) a partir de Guardia (2021)

J. Amani (Comunidad TikTok) reflexionó sobre cómo los jóvenes, especialmente las chicas utilizan TikTok para expresar emociones, considerándolo una forma de liberación emocional:

...algunas muchachas, cuando están tristes, empiezan a hacer videos digamos 'de tristes'. Entonces, a veces le pregunto porqué el video 'de tristes' ¿Qué ha pasado? Me dicen: no sé, necesito sacar de una manera o desahogarme y lo hacen también a través de las redes...

S. Poma mencionó que prefiere YouTube por su relevancia, además de participar en grupos de Facebook y WhatsApp. Sus respuestas reflejan sus preferencias y patrones de uso en redes sociales y plataformas digitales, adaptados a sus necesidades específicas.

R. Yun enfatizó el uso de plataformas: *"que desempeñan un papel crucial en mi experiencia en línea"*, destacando Twitch, Discord y Reddit, que le proporcionan entretenimiento y conexión con comunidades de intereses comunes.

A. Villarroel (Comunidad YouTube) compartió su experiencia de discernir entre fuentes confiables en internet, resaltando la importancia de conocer gente con gustos similares en comunidades virtuales:

Mi presencia en las comunidades virtuales en línea es amplia y me motiva el hecho de que puedo conocer gente interesante y encontrar gente con los mismos gustos.

A. Villarroel (Youtuber) destacó que los videos son una expresión significativa de su identidad, reflejando gustos y permitiendo el aprendizaje gratuito a través de recursos en línea:

Se pueden hacer muchas cosas y las interesantes son aprender cosas desde cero gratis y poder pedir ayuda a gente con conocimientos de algún tema.

El consumo cultural es fundamental para los jóvenes en la era digital, donde las redes sociales sirven como herramientas para participar en actividades culturales. La tecnología es un factor clave. A. Villarroel de La Paz mencionó que las plataformas digitales favorecen la conexión, aunque pueden provocar ansiedad por la exposición.

Los jóvenes han demostrado una gran adaptabilidad al entorno digital, "el teléfono sigue siendo el recurso principal debido a su portabilidad y accesibilidad" (Monasterios, 2023).

B. Violetta destacó que, mediante una gestión eficiente de tiempo y recursos, los jóvenes pueden participar activamente en el ámbito digital, sorteando las restricciones económicas. Para maximizar su acceso a contenido digital, muchos dependen de redes públicas o espacios con WIFI gratuito, lo que permite una mayor continuidad en su consumo cultural en línea.

A pesar del aumento en el acceso a la tecnología, la desigualdad económica sigue influyendo en el consumo digital. El alto costo de los datos móviles limita su conectividad, como lo señala O. Gutiérrez, quien menciona que la restricción de 150 MB diarios en teléfono impide su participación activa en redes sociales y actividades en línea. Además, debe destinar una parte considerable de sus ingresos para acceder a internet en casa, evidenciando el impacto económico en su vida digital.

Análisis de las comunidades virtuales

Los jóvenes de La Paz y El Alto comparten experiencias y crean contenido a través de comunidades virtuales que, entre otros factores, le permiten construir su identidad. La conexión constante transforma cómo acceden, consumen y contribuyen al panorama cultural, siendo esencial en su desarrollo social.

El mundo del Cosplay se destaca como una de las comunidades en línea más activas, donde jóvenes crean trajes y accesorios para eventos de anime y festivales. Esta subcultura permite la expresión de identidades híbridas, combinando elementos culturales locales con influencias globales, especialmente de Japón y Corea del Sur. El uso de redes sociales ha evolucionado, desplazando a Facebook por plataformas como Instagram y Tik Tok, siendo esta última clave para la “interacción visual y masiva, especialmente después de la pandemia”, como señala la cosplayer W. Durán.

Los Gamers se destacan por su interacción en tiempo real, lo que fomenta una experiencia compartida e inmediata.

A. Peñaloza señaló que, durante la pandemia, utilizó su computadora principalmente para almacenar archivos y diseñar trajes, lo que le permitió perfeccionar su proceso creativo. Sin embargo, optó por divulgar su contenido en formato de catálogo desde el celular, debido a su accesibilidad, aunque esto implicara un mayor consumo de datos. Adicionalmente, Pérez (Blue) enfatiza su participación en la comunidad K-pop, donde sigue a sus

artistas favoritos y comparte contenido en redes sociales como Instagram y Twitter.

La participación en comunidades como Cosplay, K-pop y Tik Tok ayuda a jóvenes paceños y alteños a formar y reafirmar su identidad digital. Además, las redes sociales “son herramientas económicas que promueven la economía creativa”, como destaca B. Violetta. Sin embargo, la brecha digital sigue siendo un desafío, limitando el acceso de muchos jóvenes a estas plataformas debido a los altos costos de los planes de datos, lo que O. Gutiérrez considera “una barrera para su participación plena en el ecosistema digital”.

Consumo cultural digital en la construcción de identidades online de los jóvenes

Varios factores influyen en la construcción de identidad en jóvenes de 18 a 24 años, como experiencias personales, interacciones con amigos y familiares, y la conexión con su cultura que proporciona un sentido de pertenencia. B. Violetta advierte que, aunque las redes facilitan la interacción, su influencia en la identidad debe ser positiva.

En la construcción de identidad digital, “es fundamental comprender el papel del signo codificado”, como indica Monasterios (2023, pp. 125-126). Él enfatiza que el uso de los signos visuales (emojis, gifs, corazones, likes, stickers, memes o reacciones en vivo) en redes sociales es una estrategia comunicativa que permite a los jóvenes moldear y proyectar su identidad a través de elementos simbólicos reconocidos por sus pares.

Siguiendo a Rizo (2015) los signos en las redes sociales como fotos de perfil y likes funcionan como representaciones del *self*, facilitando la comunicación de intereses y valores. Este proceso, como indica el interaccionismo simbólico, implica una constante negociación de significados compartidos entre los individuos y sus comunidades en línea, donde los jóvenes no solo consumen contenido, sino que también participan activamente en la construcción de sus identidades.

Las comunidades virtuales y las redes sociales actúan como espacios donde los jóvenes moldean su identidad a través de la interacción constante. La publicación de imágenes y contenidos narrativos les permite recibir retroalimentación en tiempo real, contribuyendo a la creación de códigos sociales y normas compartidas, lo que fomenta un aprendizaje colectivo sobre la expresión y el comportamiento en el entorno digital.

“Las redes sociales son fundamentales en la construcción de identidad juvenil”, como señala C. Espinoza. Por otro lado, A. Villaroel también menciona que *“ha adaptado su forma de comunicación debido a los modismos y la brevedad necesaria en los mensajes, y que su consumo de música y videos moldea su identidad en el entorno digital”.*

El consumo cultural digital en comunidades como las de K-pop es clave para la construcción de identidades entre los jóvenes. A través de redes sociales, los participantes crean y comparten experiencias que refuerzan tanto una identidad colectiva como personal. La interconexión entre estas plataformas permite a los jóvenes involucrarse activamente en la creación de contenido dentro de subculturas específicas.

A. Vargas, entrevistada en la investigación, destacó la relevancia del lenguaje y principios fundamentales en los grupos de K-pop, que no sólo refuerzan la identidad compartida de la comunidad, sino que también reflejan la internalización de valores culturales en sus interacciones. Este análisis revela cómo los jóvenes adoptan prácticas culturales globales, como las del K-pop, para reforzar su identidad en el entorno digital, buscando identificarse con valores que no se encuentran reflejados en sus entornos familiar o social. Esto demuestra la apropiación de la cultura popular coreana en su vida cotidiana y en la formación de comunidades virtuales que comparten intereses y valores afines.

J. Amani señaló cómo al principio, publicaba en redes sociales de manera impulsiva, pero con el tiempo se volvió más reflexiva y selectiva en su uso. Esto refleja un proceso de maduración digital, donde los jóvenes aprenden a gestionar su identidad en línea de manera consciente, adaptándose a las normas y expectativas de sus comunidades virtuales.

El uso de redes sociales entre los jóvenes se ve influenciado no solo por el acceso económico y tecnológico, sino también por la consciencia de las consecuencias a largo plazo de sus publicaciones. B. Violetta destacó la necesidad de actuar de manera racional y empática en línea, señalando que *“debemos ser conscientes de que todo lo que publicamos en internet nos marcará para siempre”.* Esto resalta la importancia de gestionar cuidadosamente el contenido compartido, no sólo para proteger la reputación personal, sino también para contribuir positivamente a la comunidad digital. En este contexto, el consumo cultural digital está íntimamente ligado a la construcción de identidades juveniles, con las redes sociales actuando como espacios clave

para la interacción y la autoexpresión, aunque también presentan desafíos que requieren un enfoque responsable y crítico.

El consumo cultural digital impacta significativamente la identificación y construcción de la identidad online de los jóvenes. Por un lado, les brinda acceso a recursos digitales y la oportunidad de interactuar con otros usuarios, permitiendo la expresión de su individualidad y un sentido de pertenencia. Sin embargo, también conlleva riesgos como la pérdida de privacidad, la presión social en la representación online y la tensión de mantener una imagen constante, aspectos que pueden influir en el bienestar emocional.

Interactuar en comunidades virtuales y redes sociales les permite explorar diferentes facetas de su personalidad y gustos, además, de estar al tanto de las tendencias culturales. El consumo cultural digital fomenta la creatividad y el desarrollo de habilidades digitales, pero también expone a los jóvenes a contenido inapropiado y ciberacoso, afectando en su desarrollo social.

El uso de Internet y redes sociales ha transformado las prácticas juveniles, ofreciendo acceso a información educativa, pero también plantea desafíos como la exposición a contenido nocivo y el riesgo de aislamiento social.

DISCUSIÓN

El acceso a la tecnología y las redes sociales ha crecido exponencialmente, permitiendo que los jóvenes participen activamente en la construcción de sus identidades digitales dentro de un contexto cultural cambiante. La investigación concluyó que el consumo cultural en redes sociales y la participación en comunidades de videojuegos son esenciales para la construcción de identidades digitales en La Paz y El Alto.

Los resultados de la investigación de Monasterios (2023) refuerzan estudios como el de Rizo (2015) que destaca el papel de las redes sociales en la representación simbólica de la identidad, valores y experiencias. Los jóvenes no sólo usan medios digitales para proyectarse, sino también para negociar significados y formar redes sociales amplias. Este proceso se alinea con teorías del interaccionismo simbólico y del *self*, como las planteadas por Monasterios (2023) quien afirma que la identidad se codifica y expresa estratégicamente en comunidades virtuales como Cosplay, K-Pop, Gamers y redes sociales como TikTok.

El consumo tecnológico de estos jóvenes refleja una integración entre su identidad personal y el entorno digital. Turkle (1997) argumenta que los espacios en línea facilitan identidades múltiples, algo que se observa en su participación activa en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok. La cultura participativa de Jenkins (2006) también “se valida en este contexto” pues los jóvenes consumen contenido y contribuyen activamente a estas comunidades, reforzando su identidad digital.

A continuación, se presenta un resumen esquemático de los principales argumentos de Monasterios (2023) que se proponen como discusión e insumo para la reflexión de investigaciones similares:

1. Reflexiones sobre la construcción de identidad en comunidades virtuales: A través de plataformas como YouTube y TikTok, los jóvenes no sólo consumen contenido, sino que lo producen, solidificando su sentido de pertenencia e identidad. Compartir experiencias, trabajos creativos y comentar eventos son mecanismos clave en la construcción de roles dentro de estas comunidades virtuales.

Las comunidades virtuales permiten a los jóvenes explorar y construir su identidad. Pero están influenciadas por el consumo digital y los ideales en línea. Aunque las redes sociales facilitan la autoexpresión, también presentan riesgos, como la “cultura de la comparación” y la sobreexposición, afectando la autopercepción.

2. Implicaciones sociales, culturales y académicas: Las redes sociales democratizan el acceso a la información, permitiendo a los jóvenes participar en eventos globales como cosplay y videojuegos. Académicamente, este fenómeno genera nuevas oportunidades de investigación sobre el impacto de los entornos virtuales en el comportamiento juvenil y las dinámicas de poder en su consumo cultural y tecnológico.

Los jóvenes utilizan las redes sociales principalmente para mantenerse en contacto con su círculo social, en línea con la teoría de las comunidades de práctica de Wenger (1998). Crear contenido digital es una forma de autoafirmación y empoderamiento, contribuyendo a la visibilidad e influencia social de los jóvenes. Estos hallazgos subrayan la necesidad de estrategias educativas que fomenten un uso crítico de redes sociales y de medidas como wifi gratuito en espacios públicos para reducir desigualdades en el acceso digital.

3. Comparación de los hallazgos con estudios previos: Los hallazgos coinciden con investigaciones previas que destacan el papel de las redes sociales en la socialización juvenil. Boyd (2014) subraya que las plataformas digitales “no solo son herramientas de comunicación, sino también espacios para la creación y la autoafirmación”. El caso de los jóvenes, utilizan estas plataformas para compartir contenido y establecer conexiones significativas en sus comunidades virtuales.

Adicionalmente, existen implicaciones sociales, culturales y académicas del consumo cultural digital que han sido clasificadas de la siguiente forma:

- Sociales: la dependencia de las TIC influye en las relaciones y habilidades offline, acentuada por la desigualdad en el acceso digital.
- Culturales: Las interacciones digitales promueven el consumo cultural global, aunque pueden diluir expresiones locales.
- Académicas: Es necesario fomentar el análisis crítico de las TIC para que los jóvenes sean creadores activos de contenido.

Por tanto, se puede concluir que existe:

- Impacto en el consumo tecnológico: El móvil es el dispositivo más utilizado, seguido de laptops. Los jóvenes adaptan su consumo tecnológico a sus actividades cotidianas. Las plataformas como YouTube y TikTok son preferidas por su accesibilidad y conveniencia. En redes sociales, los jóvenes crean personalidades digitales que pueden diferir de su identidad real, buscando aceptación en su comunidad virtual.
- Interacción simbólica en redes sociales: El Interaccionismo Simbólico destaca cómo los significados se negocian y reinterpretan mediante signos y símbolos en las redes sociales. Los usuarios crean y comparten contenido que, a su vez, es interpretado por otros, lo que moldea tanto las relaciones como las identidades digitales. Cada publicación o interacción genera nuevas interpretaciones dentro de este espacio.
- Construcción de la identidad digital: Se construye a través de una selección intencional de signos que proyectan una versión deseada del *self*. Según Monasterios (2023), “los usuarios seleccionan fotos, biografías y publicaciones para mostrar cómo desean ser

percibidos en un proceso continuo de autoconstrucción que se negocia mediante la interacción con otros”.

- Representaciones simbólicas y comunicación en línea: La comunicación en línea se convierte en un espacio clave para que los jóvenes construyan y negocien su identidad. Monasterios (2023) subraya que “estos actos simbólicos no sólo reflejan al individuo, sino también su deseo de conectar con una comunidad que valore esos signos, consolidando una identidad compartida”.

La triangulación de datos reveló la profunda interrelación entre el uso de las TIC, redes sociales y de construcción de identidad en los jóvenes, destacando hallazgos relevantes que se pueden analizar a través de la teoría y la literatura existente.

CONCLUSIONES

El consumo tecnológico y cultural en los jóvenes en La Paz y el Alto es un proceso complejo que va más allá de la interacción digital, involucrando dinámicas de construcción identitaria y participación cultural. Se debe destacar que las comunidades no sólo facilitan la autodefinición y autoexpresión, sino que permiten a los jóvenes desafiar normas sociales y crear identidades auténticas, híbridas y adaptables.

El consumo cultural digital emerge como un proceso creativo que fomenta una identidad flexible, permitiendo a los jóvenes construir un sentido de pertenencia y desarrollar una comprensión más profunda de sí mismos. Además, se enfatiza la importancia de orientar a los jóvenes hacia un uso responsable de estas plataformas para mitigar desafíos como la presión de mantener una imagen actualizada y el impacto de la sobreexposición en redes.

A partir de lo planteado se concluyó lo siguiente:

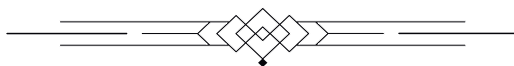
- I. Identificación con características de comunidades virtuales: estas comunidades juegan

un papel crucial en la construcción de la identidad online, proporcionando un espacio global de interacción, aprendizaje y autoexpresión.

2. Análisis del consumo cultural digital: los jóvenes consumen y producen contenido cultural que refleja sus intereses e identidades, desde blogs y fanfiction hasta arte digital y música. La participación en retos y la creación de tutoriales también son formas comunes de interacción.
3. Evaluación del impacto en la identidad online: El consumo digital influye profundamente en la autopercepción, quienes adoptan múltiples identidades en distintos espacios virtuales, lo que refuerza su sentido de pertenencia en estas comunidades.

Las redes sociales y comunidades virtuales son centrales en la construcción de identidad de los jóvenes de La Paz y El Alto porque son espacios clave de validación externa. Aunque las interacciones en línea pueden fomentar una autoimagen positiva, también pueden generar aislamiento si no se recibe la retroalimentación esperada. Las plataformas digitales permiten a los jóvenes crear comunidades autónomas, difundiendo tendencias rápidamente y desarrollando conductas propias.

Es necesario implementar políticas públicas que garanticen acceso gratuito o más económico a Internet en espacios públicos y mejorar la alfabetización digital, permitiendo a los jóvenes un uso más consciente y productivo de las plataformas virtuales. Es crucial fomentar habilidades digitales y emocionales, proteger la información personal y crear entornos seguros en línea. Reflexionar sobre la influencia de la cultura digital en la identidad de los jóvenes es vital para promover la diversidad y autenticidad en comunidades virtuales y redes sociales.



REFERENCIAS

- Blumer, H. (1969). *Interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Prensa de la Universidad de California. https://www.academia.edu/33815657/El_Interaccionismo_Simbolico_Perspectiva_y_Metodo_Blumer_1_pdf
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven, CT: Yale University Press. https://www.researchgate.net/publication/281562649-It's_Complicated_The_Social_Lives_of_Networked_Teens
- García Canclini, N. (1990). *Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México D.F.: Ed. Grijalbo S.A. https://monoskop.org/images/7/75/Canclini_Nestor_Garcia_Culturas_hibridas.pdf
- Guardia, M. (2021). *Mundos de presencialidad: el entorno comunicacional contemporáneo*.
- Guba, E. G. Lincoln, Y. S., y Lincoln, Y. S. (1985). Sage. Newbury Park.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós. <https://stbngrtz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>
- Kvale, S. (1996). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Ediciones Morata. <https://books.google.com.ec/books?id=xZtyAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Lazo, A. M. y Espinoza, C. C. (2022). Marketing digital en el Ecuador tras la crisis sanitaria de la Covid-19. *Sociedad & Tecnología*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8706063>
- Malinowski, B. [1922] 1975. *Los Argonautas del Pacífico Occidental*. Barcelona: Ed. Península.
- Martín Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. México D.F.: Ediciones G. Gilli S.A. <https://n9.cl/6qnmn>
- McLuhan, M. (1969). *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos*. Buenos Aires: Paidós.
- Mead, G.H. (1937). *Mente yo y sociedad*. University of Chicago. <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.275359>
- Monasterios, B. (2023). *Análisis: Consumo cultural digital y su impacto en la identificación y construcción de identidad online de jóvenes de 18 a 24 años en cinco comunidades virtuales en La Paz y El Alto*. Tesis de maestría. IpiCOM, UMSA, La Paz.
- Rendón Pantoja, S. y Del Prete, A. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86-96, Valparaíso. <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issu1-fulltext-1834>.
- Rizo, M. (2015). La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. Breve exploración teórica. *Análisi: Quaderns de comunicació i cultura*. <https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n33/02112175n33/02112175n33p45.pdf>
- Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa. <http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/103/2013/03/Estrategias-de-la-investigacin-cualitativa-1.pdf>
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning and identity*. https://www.researchgate.net/publication/225256730-Wenger_E_1998_Communities_of_practice_Learning_meaning_and_identity
- Winocur, Rosalía. (2013). Etnografías multisituadas de la intimidad online y offline. *Revista de Ciencias Sociales*, segunda época, año 4, 23. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes. <http://www.unq.edu.ar/catalogo/311-revista-de-ciencias-sociales-n-23.php>