

El obsesivo fandom de WestCOL: audiencias juveniles y normalización del discurso de odio en la era digital^(*)

María Camila Amaya ^(**)

Alejandra Márquez ^(***)

Sara Tijo ^(****)

Resumen: En el ecosistema digital actual, los influencers han adquirido un poder simbólico, cultural y emocional sin precedentes. El caso de Luis Fernando Villa Álvarez, mejor conocido como WestCOL, un streamer colombiano que ha generado un fanatismo obsesivo a pesar de su contenido controvertido, ilustra cómo las plataformas digitales, los algoritmos y las dinámicas juveniles han transformado la admiración en fanatismo extremo. Este artículo, resultado de una revisión sistemática de la literatura (2018-2024), explora las relaciones parasociales, el papel de los algoritmos en la viralización, la normalización del discurso del odio y los efectos psicosociales de estas prácticas. Además, se identifican riesgos para la salud mental de los jóvenes, como la dependencia emocional, la pérdida del pensamiento crítico y la normalización de la agresión. Finalmente, se destacan las brechas de investigación en América Latina y se proponen futuras líneas de acción en alfabetización digital, ética de la comunicación y regulación algorítmica.

Palabras clave: Fandom digital, discurso de odio, Influenciadores, relaciones parasociales, alfabetización digital.

(*) Este artículo se realizó como producto de la asignatura Diseño de Investigación de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Externado de Colombia, a cargo de la profesora Sandra Osses Rivera.

(**) Estudiante Comunicación Social – Periodismo, Universidad Externado de Colombia. Correo electrónico: maria.amaya3@est.uexternado.edu.co

(***) Estudiante Comunicación Social – Periodismo, Universidad Externado de Colombia. Correo electrónico: alejandra.marquez@est.uexternado.edu.co

(****) Estudiante Comunicación Social – Periodismo, Universidad Externado de Colombia. Correo electrónico: sara.tijo@est.uexternado.edu.co

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 207 y 208]

Introducción

En la era digital contemporánea, las redes sociales han transformado radicalmente las formas de interacción humana, configurando nuevos escenarios de comunicación, pertenencia y construcción de identidad. Plataformas como TikTok, Instagram, Twitch y Twitter no solo han redefinido el entretenimiento, sino que también han posibilitado la emergencia de nuevas figuras públicas denominadas influencers. Estos actores sociales se convierten en referentes simbólicos, culturales y afectivos para millones de usuarios, especialmente jóvenes, aun cuando carecen de reconocimiento institucional o de una trayectoria profesional tradicional. La figura del influencer, por tanto, condensa un poder mediático que ya no depende de los circuitos culturales convencionales, sino de la lógica algorítmica y la cultura participativa que caracterizan el ecosistema digital.

En este contexto, el caso del influencer colombiano Luis Fernando Villa Álvarez, más conocido como WestCOL, resulta especialmente revelador. Su presencia en plataformas como TikTok, Twitch y Twitter lo ha convertido en un personaje ampliamente seguido por audiencias juveniles, a pesar de —o quizá debido a— su estilo irreverente, ofensivo y polémico. WestCOL representa un ejemplo paradigmático de cómo el discurso transgresor y la provocación pueden convertirse en estrategias de fidelización de audiencias. Lo que en un marco ético podría ser interpretado como violencia simbólica o discurso de odio, dentro de su comunidad de seguidores es legitimado como humor, autenticidad o entretenimiento.

Este fenómeno pone en evidencia tensiones fundamentales para el campo de la comunicación, la psicología social y los estudios culturales. En primer lugar, plantea preguntas sobre la manera en que los algoritmos de las plataformas digitales amplifican discursos extremos, recompensando la interacción y la viralidad por encima de la calidad o responsabilidad del contenido. En segundo lugar, obliga a considerar los procesos de construcción identitaria en adolescentes y jóvenes, quienes en búsqueda de pertenencia y validación encuentran en influencers como WestCOL una fuente simbólica de reconocimiento. Finalmente, abre un debate sobre las implicaciones éticas, sociales y psicológicas del fanatismo obsesivo en entornos digitales contemporáneos.

Este artículo busca ofrecer una aproximación crítica al estado del arte sobre el fanatismo obsesivo hacia influencers, tomando como caso de referencia a WestCOL. El objetivo general es analizar y sistematizar la producción científica existente en torno a las dinámicas algorítmicas e interactivas de plataformas digitales y su influencia en la consolidación de comunidades fanáticas. Para ello, se realiza una revisión de literatura publicada entre 2018 y 2024, con especial énfasis en América Latina, y se abordan categorías analíticas como las relaciones parasociales, el discurso de odio, la cultura fan, el rol de los algoritmos y los efectos psicosociales en la juventud.

Más allá de juzgar moralmente al influencer o a su audiencia, el propósito central es comprender los mecanismos comunicativos, culturales y tecnológicos que explican por qué un personaje con discursos transgresores logra consolidar un fandom tan leal y emocionalmente comprometido. A partir de este ejercicio, se busca contribuir a la discusión sobre alfabetización digital, regulación de plataformas y formación crítica de audiencias en contextos juveniles.

El fenómeno del fanatismo digital no puede entenderse de forma aislada, sino en diálogo con diversas tradiciones teóricas que han estudiado la comunicación mediada, las dinámicas culturales y los procesos psicológicos de identificación con figuras públicas. Para este trabajo se destacan cinco categorías clave: fanatismo digital y cultura fan, relaciones parasociales, algoritmos y viralización, discurso de odio en entornos digitales, y salud mental juvenil.

El concepto de fanatismo digital hace referencia a formas intensas de identificación emocional y simbólica con figuras públicas en entornos virtuales. Se caracteriza por la repetición compulsiva del consumo de contenido, la defensa activa del ídolo frente a críticas externas, y la construcción de comunidades digitales cohesionadas alrededor de un líder mediático (Jenkins, 2012). En la cultura digital contemporánea, los fandoms no son simples agrupaciones de admiradores, sino colectivos que generan sentidos de pertenencia, construyen narrativas compartidas y ejercen poder de movilización simbólica.

Las relaciones parasociales, descritas inicialmente por Horton y Wohl (1956), se refieren a los vínculos unilaterales que los individuos establecen con figuras mediáticas. Aunque no existe interacción real, los consumidores perciben cercanía, intimidad y reciprocidad con celebridades, presentadores o, en el caso actual, influencers digitales. En la era de las redes sociales, estas relaciones se intensifican debido a la interacción constante, la inmediatez de los contenidos y la posibilidad de participación mínima (comentarios, likes, reacciones) que refuerza la ilusión de proximidad (Giles, 2010). En el caso de WestCOL, sus transmisiones en vivo y su lenguaje coloquial fortalecen este vínculo simbólico, generando comunidades emocionalmente dependientes.

El diseño algorítmico de plataformas como TikTok y Twitter prioriza la interacción sobre la calidad o ética del contenido. Esto implica que publicaciones provocadoras o controverbiales, al generar mayor cantidad de reacciones, son más visibles y tienen mayor alcance (Bucher, 2018). El efecto de repetición algorítmica contribuye a la naturalización de discursos extremos: cuanto más se consume un tipo de contenido, más probabilidades existen de que aparezca en los feeds de los usuarios, creando burbujas de información que refuerzan creencias y comportamientos.

El discurso de odio, definido como cualquier expresión que promueva la discriminación, la hostilidad o la violencia hacia grupos específicos, encuentra en las redes sociales un espacio de circulación privilegiado. En el marco jurídico y filosófico se han discutido los límites entre libertad de expresión y violencia simbólica (Delgado, 2020). En contextos como el de WestCOL, los discursos ofensivos son resignificados dentro de su fandom como humor o autenticidad, lo cual dificulta establecer una línea clara entre entretenimiento y violencia simbólica.

Diversos estudios han señalado que el consumo intensivo de redes sociales y la participa-

ción en fandoms digitales impactan directamente en la salud mental de adolescentes y jóvenes. La idealización de influencers, la dependencia emocional, la comparación social y la exposición constante a discursos agresivos se relacionan con síntomas de ansiedad, depresión, baja autoestima y aislamiento social (Twenge, 2019). Estos riesgos se potencian cuando los seguidores carecen de herramientas críticas para cuestionar los contenidos que consumen y cuando las plataformas fomentan dinámicas de adicción algorítmica.

Este artículo se construye a partir de una revisión documental sistemática, enmarcada en un enfoque mixto que combina el análisis cualitativo de discursos académicos con la recopilación cuantitativa de fuentes relevantes. Se desarrollaron dos fases principales: heurística y hermenéutica.

En la fase heurística se establecieron descriptores de búsqueda como fanatismo digital, influencers controversiales, juventud y redes sociales, algoritmos, viralización, discurso de odio y ciberacoso. Los criterios de selección incluyeron:

Rango temporal: 2018-2024.

Idioma: español.

Tipos de documentos: artículos académicos, tesis de grado, informes de investigación y publicaciones indexadas.

Región: América Latina, con énfasis en Colombia.

En la fase hermenéutica se llevó a cabo un análisis crítico de las fuentes seleccionadas, organizando los hallazgos en torno a categorías temáticas y comunidades epistemológicas: comunicación digital, psicología social y estudios de medios y cultura digital. Esta clasificación permitió identificar tanto los enfoques metodológicos más utilizados como los vacíos persistentes en la literatura.

El análisis de los trabajos consultados permitió organizar los hallazgos en tres grandes dimensiones: tendencias epistemológicas, patrones temporales y contextos geográficos.

En cuanto a las comunidades epistemológicas, se encontró que los estudios provienen principalmente de tres campos:

-Comunicación digital, con investigaciones sobre la construcción de narrativas transmedia, la viralización algorítmica y la cultura fan.

-Psicología social, con énfasis en emociones, identidad juvenil, dependencia emocional y procesos de pertenencia.

-Cultura digital y estudios de medios, con análisis sobre la participación activa de audiencias, las burbujas digitales y la reciprocidad simbólica entre influencer y seguidores.

Desde una perspectiva temporal, se observa que a partir de 2020 hubo un incremento significativo de estudios relacionados con el auge de TikTok, la consolidación de influencers jóvenes y la normalización de discursos extremos durante la pandemia.

En términos geográficos, los países con mayor producción académica en torno a estos fenómenos son Colombia, México, España y Estados Unidos. Colombia resulta clave por el

caso WestCOL; México y España aportan investigaciones sobre comunicación persuasiva y discursos de odio; mientras que Estados Unidos ofrece marcos teóricos globales sobre comunidades digitales y plataformas algorítmicas.

Los hallazgos centrales indican que:

- Los algoritmos refuerzan y normalizan discursos extremos al priorizar la interacción.
- Los fans justifican y explican la violencia simbólica de sus ídolos bajo la noción de autenticidad.
- Los influencers ejercen formas de liderazgo emocional y simbólico sin regulación ética.

Existe escasa literatura sobre el caso específico de WestCOL y sobre el fanatismo digital en contextos latinoamericanos.

Relaciones parasociales y fanatismo digital en el caso WestCOL

El caso de WestCOL evidencia cómo las relaciones parasociales evolucionan hacia formas de fanatismo digital. A través de transmisiones en vivo, lenguaje cercano y constante interacción, WestCOL construye un vínculo simbólico con sus seguidores que trasciende el entretenimiento. La percepción de cercanía genera sentimientos de lealtad y pertenencia, al punto de que los fans defienden activamente al influencer frente a críticas externas. Este comportamiento se inscribe en lo que González (2019) denomina burbujas emocionales, entornos digitales donde las audiencias construyen significados colectivos, eliminan voces críticas y refuerzan la identidad compartida. En este contexto, lo que para la mirada externa puede ser violencia simbólica, dentro del fandom se interpreta como humor o autenticidad.

La dinámica algorítmica de plataformas como TikTok o Twitter refuerza la visibilidad de contenidos polémicos, sin discriminar entre reacciones positivas o negativas. Esto implica que discursos ofensivos —como insultos, sexualización o discriminación— no solo circulen libremente, sino que sean amplificadas por el sistema.

En el caso de WestCOL, su notoriedad se sustenta precisamente en este tipo de provocaciones. El fandom interpreta sus discursos como expresión sincera o irreverente, lo que genera complicidad con la violencia simbólica. La lógica de todo vale por vista desplaza la ética del contenido y premia la provocación, contribuyendo a la normalización de discursos de odio en contextos juveniles.

Los efectos del fanatismo digital en la salud mental de adolescentes y jóvenes son cada vez más preocupantes. El estado del arte muestra que la idealización extrema de figuras mediáticas puede generar dependencia emocional, baja autoestima, ansiedad y desensibilización frente a la violencia (Twenge, 2019). En el caso de WestCOL, sus seguidores desarrollan una lealtad ciega que los lleva a justificar comportamientos agresivos. Esta defensa automática revela una pérdida de capacidad crítica y una tendencia a asumir los discursos del influencer como verdades incuestionables. Además, la constante compa-

ración social y la búsqueda de validación digital intensifican la presión psicológica en audiencias vulnerables.

El análisis del caso WestCOL y del estado del arte revisado permite concluir que el fanatismo digital no es un fenómeno aislado, sino un síntoma de la cultura hiperconectada contemporánea. Los algoritmos de las plataformas digitales desempeñan un papel central en la amplificación de discursos extremos, al tiempo que las comunidades fanáticas refuerzan dinámicas de complicidad con el odio. Este panorama plantea desafíos urgentes en materia de alfabetización digital, regulación de plataformas y ética comunicacional. Se hace necesario:

- Desarrollar políticas públicas que promuevan un consumo crítico de contenidos digitales en la juventud.
- Regular el funcionamiento de algoritmos que premian la interacción sin discriminar entre violencia y entretenimiento. Fomentar la responsabilidad social de influencers y plataformas frente a los impactos de su contenido.
- Impulsar investigaciones críticas situadas en contextos latinoamericanos, que analicen la especificidad cultural del fanatismo digital en la región.

El fanatismo obsesivo hacia figuras públicas como WestCOL revela la intersección entre dinámicas tecnológicas, culturales y psicológicas que caracterizan la era digital. A través de la revisión de literatura, se identificó que las relaciones parasociales se intensifican gracias a la interacción constante y a la ilusión de cercanía en redes sociales. Los algoritmos de plataformas como TikTok y Twitter refuerzan la visibilidad de contenidos polémicos, legitimando la violencia simbólica. Los fandoms digitales actúan como burbujas emocionales que justifican y reproducen discursos de odio en nombre de la autenticidad. El fanatismo digital tiene efectos nocivos sobre la salud mental juvenil, al promover dependencia emocional, idealización extrema y pérdida de capacidad crítica. Estos hallazgos invitan a repensar el papel de las plataformas, la ética de los influencers y la responsabilidad de los sistemas educativos en la formación de audiencias críticas. El caso WestCOL, lejos de ser anecdótico, constituye un laboratorio social para entender cómo se configuran las identidades juveniles en un entorno donde el entretenimiento, la pertenencia y la violencia simbólica conviven en un mismo clic.

Referencias

- Borda, J. (2015). Fans y comunidades digitales: una aproximación desde la cultura participativa. Bogotá: Editorial Universidad Nacional.
- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Delgado, C. (2020). *Fundamentos filosóficos de la prohibición jurídica del discurso de odio*. Madrid: Dykinson.

- Giles, D. (2010). Parasocial Relationships in Digital Media. *Psychology & Society*, 3(3), 45-9.
- González, M. (2019). Comunicación digital y vínculos emocionales en la era de la hiperconexión. *Revista Icono* 14, 17(2), 1-18.
- Jenkins, H. (2012). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Twenge, J. (2019). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy—and Completely Unprepared for Adulthood*. New York: Atria Books.
- (Webgrafía incluida en el material original: EBSCO, Digitalia, DOAJ, Dykinson, Icono14, Revista de Juventud UNLP).

The Obsessive Fandom of WestCOL: Youth Audiences and the Normalization of Hate Speech in the Digital Era

Abstract: In today's digital ecosystem, influencers have acquired unprecedented symbolic, cultural, and emotional power. The case of Luis Fernando Villa Álvarez, better known as WestCOL, a Colombian streamer who has generated an obsessive fandom despite his controversial content, illustrates how digital platforms, algorithms, and youth dynamics have transformed admiration into extreme fanaticism. This article, the result of a systematic literature review (2018–2024) and critical interdisciplinary analysis, explores parasocial relationships, the role of algorithms in viralization, the normalization of hate speech, and the psychosocial effects of these practices. Findings reveal that algorithmic logics prioritize engagement over ethics, amplifying narratives of symbolic violence and consolidating fanatical communities. Furthermore, risks to youth mental health are identified, such as emotional dependence, loss of critical thinking, and normalization of aggression. Finally, research gaps in Latin America are highlighted, and future lines of action are proposed in digital literacy, communication ethics, and algorithmic regulation.

Keywords: Digital fandom, hate speech, influencers, parasocial relationships, digital literacy.

O fandom obsesivo de WestCOL: audiências juvenis e a normalização do discurso de ódio na era digital

Resumo: No atual ecossistema digital, os influenciadores adquiriram um poder simbólico, cultural e emocional sem precedentes. O caso de Luis Fernando Villa Álvarez, mais conhecido como WestCOL, um streamer colombiano que gerou um fanatismo obsesivo apesar de seu conteúdo controverso, ilustra como as plataformas digitais, os

algoritmos e as dinâmicas juvenis transformaram a admiração em fanatismo extremo. Este artigo, resultado de uma revisão sistemática da literatura (2018–2024), explora as relações parasociais, o papel dos algoritmos na viralização, a normalização do discurso de ódio e os efeitos psicossociais dessas práticas. Além disso, identificam-se riscos para a saúde mental dos jovens, como dependência emocional, perda do pensamento crítico e naturalização da agressão. Por fim, destacam-se as lacunas de pesquisa na América Latina e propõem-se futuras linhas de ação em alfabetização digital, ética da comunicação e regulação algorítmica.

Palavras-chave: Fandom digital, discurso de ódio, influenciadores, relações parasociais, alfabetização digital.
