



Humor transgresor y discurso extremo en las redes sociales. La respuesta del fandom de PewDiePie a la polémica de #killalljews

Transgressive humour and extreme speech on social media. PewDiePie's fandom response to the #killalljews controversy

Pérez-Pereiro, Marta

Universidade de Santiago de Compostela (USC)

marta.perez.pereiro@usc.es

Romay-Campos, Julia

Universidade de Santiago de Compostela (USC)

juliaromaycampos@gmail.com

Forma de citar este artículo:

Pérez-Pereiro, M., y Romay-Campos, J. (2020). "Humor transgresor y discurso extremo en las redes sociales. La respuesta del fandom de PewDiePie a la polémica de #killalljews", *RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 7, núm. 13, 118-139 <https://doi.org/10.24137/raeic.7.13.6>

Resumen:

El 15 de marzo de 2019, el australiano Brenton Tarrant emitía en directo a través de Facebook live el ataque a la mezquita Al Noor en Christchurch, donde dejaba 42 muertos. En el inicio su retransmisión, Tarrant recordaba a su audiencia que se

118

suscribiera al canal de PewDiePie, el nombre en las redes del youtuber sueco Felix Kjellberg. La cuenta de PewDiePie, con más de 100 millones de suscriptores, se ha convertido en los últimos años en objeto de controversia por el uso de un humor pretendidamente transgresor que ha sido amplificado en las redes por seguidores de la alt-right. La controversia por el vídeo del youtuber en el que se incluía el hashtag #killalljews tuvo también cobertura en la prensa mundial, contestada por los seguidores de Kjellberg. Este artículo analiza los comentarios a este vídeo con la intención de entender las reacciones al humor irreverente en las redes y los usos que la alt-right hace de la comicidad en su discurso extremo. Además, se analizará la respuesta de los seguidores de PewDiePie a la cobertura de diarios como el *The Wall Street Journal* de la polémica de su ídolo en la que se escenifica la fractura del fandom de las redes con los medios tradicionales.

Palabras clave: humor, discurso extremo, YouTube, alt-right, PewDiePie.

Abstract:

On March 15, 2019 the Australian Brenton Tarrant broadcasted in Facebook live his attack to the mosque Al Noor in Christchurch, which caused 42 deaths. In the beginning of his broadcast Tarrant reminded his audience to subscribe to PewDiePie YouTube channel. The account of PewDiePie, the Swedish youtuber Felix Kjellberg, nowadays with more than 100M subscriptions, has become in the last year a minefield for his use of an allegedly transgressive humor that has been amplified by alt-right networks. The controversy for the video where he inserted the hashtag #killalljews had the attention of media around the world and the contestation of Kjellberg followers. This paper analyzes the comments to this video in order to understand the reactions to this pungent humor in social media, and the uses of comedy that the alt-right do in its extreme discourse. Besides, we analyze the answer of PewDiePie fans to the coverage of this controversy of newspapers such as *The Wall Street Journal* in which is played out the divide between social media fandom and traditional media.

Keywords: humour, extreme discourse, YouTube, alt-right.

1. INTRODUCCIÓN

El 11 de enero de 2017, el youtuber Felix Arvid Ulf Kjellberg, conocido en la plataforma como PewDiePie se grabó a sí mismo navegando en la en la página web Fiverr. En este espacio de Internet, una empresa israelí, el usuario puede pedir contenido audiovisual de corta duración bajo demanda a una serie de creadores freelance que ofertan diferentes formatos por cinco dólares cada pieza. En la pieza de YouTube, PewDiePie reacciona al vídeo en el que los creadores indios autodenominados Fiverr Funny Guys respondieron a su encargo de hacer un vídeo en el que desplegaban el mensaje kill all jews [mata a todos los judíos]. Kjellberg se disculpa inmediatamente al mostrar el contenido del vídeo, en el que los dos jóvenes bailan alegremente disfrazados con una especie de taparrabos, argumentando que no creía que respondiesen a su mensaje. Al final del vídeo, el youtuber declara no ser antisemita y amar a los judíos, pero la decisión de publicar el vídeo, que ha sido previamente editado y se presenta a modo de falso directo, revela la intención de Kjellberg de ir un paso más allá en la retórica de humor provocador que le había hecho extraordinariamente popular en las redes.

El youtuber, que cuenta con una audiencia de más de 100 millones de suscriptores -53 millones en enero de 2017, más del doble que la siguiente cuenta más popular en la red social (Nicas, 2017)-, colgó en la red social un vídeo de disculpas en días posteriores, después de retirar la pieza polémica, debido a las repercusiones de su pretendida broma. Los medios de comunicación tradicionales, que se habían hecho eco del éxito económico y empresarial de Kjellberg en la red social (Shields, 2016), defendieron la idea de que el youtuber coqueteaba con la ideología neonazi. *The Wall Street Journal*, en concreto, sostenía que “desde agosto, PewDiePie ha publicado nueve vídeos que incluyen chistes anti-semitas o imagería nazi, de acuerdo con la revisión de su canal” (Winkler, Nicas, Fritz, 2017a). Además del análisis del contenido de las publicaciones del youtuber, *The Wall Street Journal* lo relacionaba directamente con movimientos de la derecha alternativa: “Los vídeos de PewDiePie están siendo celebrados por la web *The Daily Stormer*, que se ha declarado recientemente ‘la fan número 1 de PewDiePie’”

(Winkler, Nicas, Fritz, 2017a). *The Daily Stormer* es una web neo-fascista inspirada por el notorio papel del periódico de propaganda nazi *Der Stürmer*, “cuyo editor, Julius Streicher, fue juzgado en Nuremberg (...) y fue ejecutado por crímenes de guerra” (Cohen-Almagor, 2018, p.46). La prensa publicaba también, en febrero de 2017, que Maker Studios, la división de Disney para la que trabajaba Kjellberg, deshacía su vínculo profesional. Tal y como se indica en la información publicada, “los vídeos ilustran el riesgo de que empresas como YouTube y Disney, ansiosas por alcanzar audiencias jóvenes, hagan tratos con talentos que pueden forzar los límites de lo que es aceptable para los estándares de la empresa o normas sociales básicas. Al distribuir el contenido a una audiencia más amplia, estas empresas son vulnerables a críticas cuando las palabras de un usuario son consideradas ofensivas” (Winkler, Nicas, Fritz, 2017b).

Esta polémica fue amplificadas por la actitud de los fans de PewDiePie que difundieron el *meme* “Subscribe to PewDiePie” en contextos absurdos, siguiendo la lógica detrás de la propia petición del youtuber en Fiverr y llegaron a hackear una de las páginas del *Wall Street Journal* para incluir una falsa disculpa del medio al youtuber (Cuthbertson, 2018). La broma desbordó el propio fandom de Kjellberg y alcanzó difusión masiva a raíz del ataque supremacista a dos mezquitas en Christchurch, Nueva Zelanda, en marzo de 2019, algo más de un año después de que el youtuber hubiera publicado el vídeo. Brenton Tarrant, autor material de la matanza de 51 personas, iniciaba su ataque a la mezquita Al Noor retransmitiendo su ataque en un directo de Facebook en el que recordaba a su audiencia el “subscribe to PewDiePie”.

La repercusión de la broma del fandom de Kjellberg, inicialmente pensada como parte de la lógica provocadora de su canal, adquiriría así unos tintes completamente siniestros, que, de alguna forma, ratificaban las críticas de los medios, al comprobar que los movimientos de la derecha alternativa o alt-right se identificaban con los mensajes del youtuber. La construcción del humor de Kjellberg podría ser, tal y como intentaremos demostrar en esta investigación, el elemento aglutinante de sus fans y los miembros de ese movimiento de derechas que tiene en las redes, particularmente en el uso de un determinado registro humorístico, una de sus cartas de presentación. Las respuestas de adhesión al mensaje, aparentemente no intencionado de Kjellberg, sus usos por parte

de la alt-right y las posibles respuestas en busca de consenso serán el material de análisis del presente trabajo.

2. MARCO TEÓRICO

En *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración*, Henry Jenkins explicaba que “el concepto de audiencia activa, tan controvertido hace dos décadas, se da hoy por sentado en todo el mundo de la industria mediática” (2009, p.10). Diez años más tarde, la audiencia, además de polarizarse en múltiples experiencias participativas, ha creado comunidades de interés que son empleadas por usuarios de todo el mundo para hacer avanzar sus proyectos, defender intereses y valores (Castells, 2009, p.91). El fandom, entendido como el conjunto de prácticas realizadas por comunidades de fans es, en la actualidad, uno de los productos más interesantes de la sociedad en red que preconizaba Castells. Sandvoss definía el fandom como el consumo regular y emocionalmente involucrado de una narrativa o texto popular dados (2005, p.8) y se preguntaba sobre la posición de las políticas del fandom con respecto de la cultura mediática hegemónica. En este sentido, Sandvoss cuestiona si “los placeres del fandom son de hecho necesariamente contruidos en oposición al sistema dominante y, segundo, si estos placeres trabajan para erosionar o sostener las relaciones de poder en la sociedad” (2005, p.14).

El potencial comunicativo de la sociedad en red se combina, pues, con la posibilidad de establecer comunidades que desafíen la hegemonía de determinadas posiciones sociales. En este sentido, el momento en el que el usuario se convierte en creador, un paso más allá de la posición de consumidor o fan según la clasificación establecida por Abercrombie y Longhurst (1998) de la actividad de los usuarios de internet. Estos fans textualmente productivos “reformulan el texto fan de formas que necesariamente lo mueven fuera de su marco industrial (...) Consecuentemente, el fandom puede ser subversivo, especialmente cuando nos centramos en la productividad textual” (Sandvoss, 2005, p.29). De este modo, las comunidades de fans, además de ser un espacio para la autoidentificación (Staiger, 2000), sirven para configurar grupos de

interés que pueden producir contenidos que se desvían de cierta producción dominante en los medios de comunicación.

El humor, en este sentido, es una de las formas de comunicación que más buscan transgredir los discursos que se consideran dominantes. Las redes sociales han servido para para generar distintos discursos humorísticos que se reproducen a través de textos cómicos conocidos como memes, que “no pueden ser interpretados como géneros escritos ni como textos puramente orales” (Pérez Pereiro, 2017), en la medida en que se trata de formas que surgen de la interacción, y que pueden definirse como “una pieza de cultura, normalmente una broma, que gana influencia a través de la transmisión online” (Davison, 2012, p.122). Como material que amplifica su influencia a través de la copia y la réplica, el meme puede ir transformándose a voluntad de los usuarios de las redes. Davison (2012) divide en tres las partes susceptibles de ser transformadas en el meme: manifestación o imagen, comportamiento o la acción individual del usuario y la idea o concepto que transmite el meme. Así, “mientras uno de los tres componentes siga circulando, el meme se está replicando a pesar de cambiar o adaptarse” (Davison, 2012, p.123). La ductilidad del meme como forma puede generar, tal y como han demostrado la multitud de malentendidos provocados por muestras humorísticas en las redes, la ambigüedad de ciertas expresiones que se reproducen en las redes. También, como seña de identidad de muchos creadores de contenidos en las redes, la transgresión opera como un elemento fundamental en la transmisión de determinadas ideas.

El deseo de ofender de forma deliberada y de “transgredir entre transgresores” (Topinka, 2018, p.2054) es una de las señas de identidad de la actividad de la alt-right en las redes sociales, de forma que, mensajes de partida deliberadamente ambiguos pueden, en el ejercicio de la transmisión del meme, convertirse en discursos extremos inequívocos.

2.1. LA DERECHA ALTERNATIVA EN LAS REDES SOCIALES

La actividad online de la alt-right es, tal y como indica Deem, “menos una entidad política coherente que un fenómeno relacional sociotécnico formado por el nexo de

historias de formación racial, alineamientos subculturales, plataforma de economías de la atención e inclinaciones de los usuarios” (2019, p.3185). La derecha alternativa se presenta entonces como una “amalgama” (Marwick y Lewis, 2017) de distintas posiciones -antifeministas, antimigración, manifiestamente racistas o de nacionalismo extremo- que pueden sumar una “sensibilidad política emergente que se resiste a su contención en partidos establecidos u organizaciones formales, que de todos modos se presenta como un movimiento social semi-unificado” (Deem, 2019, p.3185).

Si bien las redes sociales han hecho de la actividad de la derecha alternativa una “subcultura digital” (Topinka, 2018), las políticas del supremacismo blanco, que heredan algunas de las figuras actuales que operan en Internet, han aprovechado las posibilidades de los medios de comunicación desde sus inicios. Así, el éxito del film *Birth of a nation* [*El nacimiento de una nación*] (Griffith, 1915), uno de los primeros hitos del lenguaje cinematográfico y un texto acusado de racismo, dió lugar a una producción de películas en empresas creadas por el Ku Klus Klan, que difundían mensajes racistas y antisemitas (Daniels, 2018, p.63).

El mensaje de la derecha alternativa en Internet, sin embargo, ha ido fraguándose de forma menos organizada en reacción al contexto sociopolítico y económico adverso para sus aspiraciones. Tal y como defiende Reguera (2017), “estos millennials (...) invirtieron mucho tiempo y recibieron estímulos en las redes sociales e internet, y a través de foros como las páginas 4chan, 8chan, /Pol/ o Reddit, entre otras, formaron una subcultura de intercambio de ideas, debates y humor virtual. Ninguna de estas páginas era de extrema derecha (ni políticas en ningún sentido), sino simples foros de internet y páginas donde compartir gifs y memes. De esta manera, y con un cierto “apoliticismo” de origen, estos jóvenes comenzaron a compartir sus experiencias y rabia con altas dosis de humor donde predominaba el machismo, el racismo y la homofobia”.

Esta cultura digital ha ido progresivamente evolucionando hacia un movimiento más organizado en que “a pesar de los intentos de argumentar en contra de algunos autores, está claro que hay conexiones significativas entre la ‘alt-right’ y movimientos pro-blancos radicales” (Hartzell, 2018). La actividad online de la alt-right -término que

agencias de noticias como Associated Press recomiendan no utilizar pues lo entienden como un eufemismo que disfraza el racismo (Hartzell, 2019)- ha ido expandiendo un mensaje a un público más general que el propio de sus páginas webs y foros. La retórica empleada por la derecha alternativa ha sido fundamental a la hora de la amplificación del eco de su ideario. Tal y como sostiene Hartzell, “la retórica de la ‘alt-right’ ha maniobrado dentro del discurso público mayoritario vistiéndolo su distintivo nacionalismo blanco apelando al intelectualismo y a una retórica ‘alternativa’ a políticas mayoritarias y a la corrección política” (2019, p. 9). El desafío a políticas como el feminismo, la ecología o la diversidad se hace a través de un lenguaje irónico y lúdico que difunden ‘trolls online anónimo’s” (Hartzell, 2019, p.23) tiene una especial resonancia en audiencias más amplias y jóvenes (Hartzell, 2019; Michael, 2017). Además del surgimiento de medios online como *Drudge Report*, *Infowars* o *Breitbart News*, que se posicionan en el campo de batalla de “guerras culturales” (Michael, 2017, p.12), “a través de memes, la alt-right ha establecido una notable presencia en el mundo virtual. Apropiándose de ‘Pepe the frog’, la derecha alternativa ha usado el humor y las invectivas para llegar a gente joven que podría sentir que la cultura dominante es embrutecedora” (Michael, 2017, p.12).

El caso Pepe the Frog es paradigmático de los usos que la alt-right ha hecho de los memes de las redes sociales. Este personaje, una rana con forma humanoide, “ha sido concebido como un símbolo de odio” (Anderson, Revers, 2018, p.31) y su uso en 2015 por parte de la derecha alternativa y de figuras públicas como el por entonces candidato a la presidencia de los Estados Unidos Donald Trump, “la asociación parecía innegable y el meme se politizó totalmente” (Anderson, Revers, 2018, p.31). Así pues, además de generar contenido explícito en sus redes, la alt-right ha aprovechado la flexibilidad de la fórmula de los memes y ha amplificado el mensaje del humor transgresor de un cierto tipo de creadores, de los que Kjellberg es la cabeza más visible, para acercarse a un público empleando como armas el desafío a cualquier posición intelectual y la oferta de una cultura alternativa a la que presentan los medios tradicionales.

En consecuencia, casos como el de Pepe the Frog y el #killalljews de PewDiePie aquí analizado han transformado el debate alrededor de la cultura participativa en las redes,

en la medida en que “las plataformas participativas han de nuevo evolucionado por las secuelas del Brexit, Donald Trump y el ascenso de 4chan y Reddit” (Anderson, Revers, 2018.25). En este sentido, Anderson y Revers sostienen que “el ascenso de la conciencia sobre el problema del troleo y la memeficación en el contexto de varias campañas populistas de derechas, particularmente la campaña electoral de 2016, ha devaluado la participación en el periodismo” (2018, p.30). El debate académico sobre la participación en los medios y redes sociales de los ciudadanos se ha abierto, consecuentemente, a nuevas disciplinas como la ciencia política (Anderson, Revers, 2018), en la búsqueda de métodos que permitan analizar en mayor profundidad el impacto y consecuencias de la participación no solo de ciudadanos responsables, sino de grupos que fuerzan los límites de la aceptación social en el mundo occidental. Dentro de estas conductas es, sin embargo, interesante buscar aspectos positivos del *engagement* de los usuarios, que establece nuevos marcos para el debate público.

3. METODOLOGÍA

La interacción de los usuarios en las redes es una de las áreas de los estudios de recepción que más ha evolucionado en los últimos años. Dentro del análisis de los diálogos entre los internautas, el humor no ha sido uno de los temas más explorados, aunque algunas investigaciones dan cuenta de su importancia en redes sociales como Twitter (Holton, Lewis, 2011; Pano Alamán, Mancera Rueda, 2014; Pérez Pereiro, 2017). Son también escasas las propuestas de análisis de los comentarios en la red YouTube, de los que medios de comunicación y voces especializadas tienen una opinión negativa pero que se constituyen como uno de los elementos esenciales de YouTube y, sin duda, “el método de comunicación más empleado para comentar vídeos online” (Schultes, Dorner, Lehner, 2013, p.660). Algunos de estos estudios combinan los métodos cualitativos con la minería de datos y emplean distintas disciplinas como la etnografía o la lingüística (Thelwall, 2019) o ponen el foco en los sentimientos que expresan estos comentarios (Thewall, 2019) o el nivel de profundidad semántica de las interacciones entre los usuarios (Schultes, Dorner, Lehner, 2013). Tal y como indica Thelwall (2019), “los métodos de análisis de redes sociales son casi inevitablemente exploratorios y, aunque se inclinan a incluir métodos cuantitativos, no pueden evaluarse a través de la

tradicional presentación de hipótesis”. El método de ensayo y error en la formulación de hipótesis es, por tanto, una aproximación común en este tipo de investigaciones.

El impacto de las redes de la derecha alternativa o alt-right también es objeto de estudio en el entorno de los vídeos online. Los comentarios de reacción a hashtags o productos que pueden fomentar un discurso de odio se han analizado en dos trabajos que sirven como punto de partida para la metodología empleada en este artículo. Zoonen, Vis y Mihelj (2011) analizan las reacciones en YouTube al vídeo anti-islámico Fitna para buscar si, más allá de reacciones viscerales, entre enemigos o adversarios, se produce un diálogo real entre usuarios del servicio de distribución de vídeo. Por su parte, Deem (2019) estudia las economías afectivas de la transgresión del colectivo de la alt-right como un discurso extremo. Precisamente, adoptaremos, desde el punto de vista terminológico, el concepto de “discurso extremo” en lugar del consabido “discurso de odio” para referirnos tanto a las manifestaciones de los vídeos de PewDiePie como a las reacciones a sus publicaciones. El discurso extremo promueve que se transgredan las fronteras de lo aceptable socialmente y, como práctica, “connota una unidad funcional en lugar de una entidad estática” (Deem, 2019, p.3186). Esta formulación es especialmente válida para un colectivo que no está guiado por una unidad ideológica o de acción como es la alt-right, al menos en su actividad online, y mucho más para el análisis de la creación cómica y la recepción de esta comicidad. En este sentido, la transgresión en el humor se puede definir como un deseo deliberado de ofender que ha puesto en escena un tipo de humor muy particular en las redes que puede disfrazar sentimientos racistas (Topinka, 2005). Precisamente es esta la duda que despiertan los vídeos publicados por PewDiePie en YouTube la que genera la voluntad de conocer las respuestas de los usuarios del servicio de vídeo y analizar si estas respuestas pueden defender también un discurso extremo o son simples adhesiones a una propuesta de humor que juega con los límites de lo aceptado socialmente.

La propuesta metodológica de este trabajo consiste, pues, en analizar las respuestas que los usuarios dieron al vídeo del youtuber, en realidad el reupload del usuario Der Eidgenosse, después de que PewDiePie borrara el vídeo original, que se titula “PEWDIEPIE REUPLOAD DEATH TO ALL JEWS”. En este vídeo se desarrolla la polémica

de la que es objeto este trabajo y tenía en el momento de la realización de este análisis¹, 1444 comentarios, de los que 734 son respuestas directas al vídeo del youtuber y el resto, 710, comentarios hechos a estas respuestas primarias. Estos 734 comentarios constituyen un corpus suficiente para, manualmente, analizar las respuestas de los usuarios para conocer sus actitudes con respecto del humor transgresor con tintes extremos de PewDiePie y al mensaje implícito de sus vídeos. Así, se procederá a una organización de los comentarios de los usuarios a la polémica siguiendo cuatro categorías:

1. Comentarios que aprecian el humor de PewDiePie.
2. Comentarios que celebran el mensaje extremo del vídeo.
3. Comentarios que deploran tanto el mensaje como el humor del vídeo.
4. Comentarios que invitan al diálogo o presentan una posición no polarizada.

Esas categorías responden a una combinación de los esquemas analíticos propuestos por Zoonen, Vis y Mihelj (2011) y Schuktes, Dorner y Lebner (2013). Los primeros utilizaron las categorías antagonismo, agonismo y diálogo, tomadas de Chantal Mouffe, para establecer una gradación en las respuestas al vídeo Fitna, mientras que los segundos presentan un modelo que divide las respuestas de YouTube en comentarios de discusión, inferiores o sustanciales. Los comentarios de discusión son, para los autores, aquellos que establecen un diálogo entre usuarios, los inferiores responden a interacciones como insultos, que no aportan densidad a discurso que se elabora en la barra de comentarios y, por último, los sustanciales son aquellas aportaciones que presentan argumentos sobre el tema del vídeo o de otros comentarios. La particularidad de nuestro objeto de estudio, en el que aparecen dos categorías, el discurso extremo y el humor transgresor, obliga a atender a su posible mención en los comentarios y a la posibilidad de que se combinen en alguno de ellos.

Por otra parte, en un grado secundario, interesa en esta investigación conocer la actitud de los usuarios de la red social YouTube hacia los medios tradicionales en el caso

¹ El recuento de comentarios, realizado con la herramienta gratuita de recuperación de comentarios YouTube Comment Scraper, se realizó el 7 de octubre de 2019.

PewDiePie debido a las ramificaciones de sus reacciones. Los comentarios sobre la cobertura de los medios a la polémica serán también objeto de análisis, de forma que se hará un recuento de las menciones a periódicos como The Wall Street Journal ou The New York Times que se hacían eco en sus páginas de la polémica del #killalljews y de las repercusiones económicas provocadas por el vídeo.

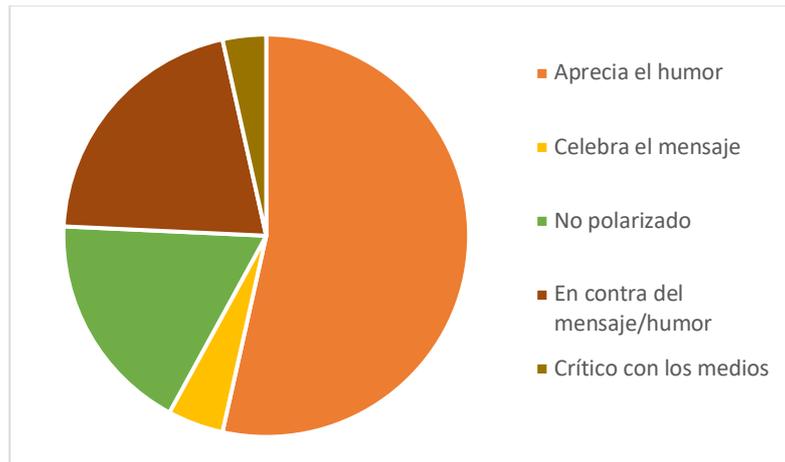
4. ANÁLISIS

Los comentarios al vídeo “PEWDIEPIE REUPLOAD DEATH TO ALL JEWS” muestran, en primera instancia, una gran disparidad de criterios, de manera que no solo el fandom del youtuber interactúa con sus vídeos, sino que se establece un diálogo entre usuarios de la red social. Conviene indicar que de los 734 comentarios analizados se descartaron 176 por estar en lenguas distintas al inglés, lengua original del vídeo, o no estar directamente relacionados con su contenido, de forma que resultaron significativos para esta investigación 570 comentarios. De todos estos comentarios, algo más de la mitad, 309, (56%) son repuestas que celebran el humor de Kjellberg. De estos comentarios apreciativos algo más de un 4% son mensajes no verbales, es decir, que están solamente conformados por emojis. Frente a este tipo de reacción, llama la atención que, al contrario de lo que haría suponer la existencia de un fandom tan fiel y activo como el de PewDiePie, tal y como demuestran las acciones extremas referidas en la introducción de este trabajo, no todos celebran su humor o mensaje implícito, sino que hay un alto porcentaje (22%), en concreto 127 comentarios, se muestran en contra del contenido del vídeo. Tal y como se explicaba en la metodología de este trabajo, se ha establecido una distinción entre los comentarios que celebran el humor de PewDiePie y aquellos que se adhieren al mensaje #killalljews. A esta última categoría pertenecen 28 comentarios, es decir, algo menos de un 5% de todos los mensajes publicados, de los cuales 10 pertenecerían a una categoría mixta al celebrar tanto el humor del vídeo como el mensaje antisemita del cartel exhibido por los Fiverr Funny Guys.

Con respecto a la cuarta categoría de análisis propuesta, los comentarios que invitan al diálogo y/o presentan una postura no polarizada, recogemos 104 respuestas, un 18%

del total de los comentarios primarios del vídeo. Finalmente, hemos incluido, a pesar de que son porcentualmente poco significativas, los comentarios que hacían una crítica del tratamiento de los medios de comunicación, particularmente el *Wall Street Journal*, al vídeo del youtuber. En concreto, 17 comentarios aludían directamente a los medios, algo menos de un 3%, y defendían a su ídolo frente al tratamiento de la polémica.

Gráfico 1. Tipo de comentario.



El gráfico anterior muestra con claridad que la motivación de algo más de la mitad de los mensajes es celebrar el humor transgresor de PewDiePie, mientras que los restantes presentan un abanico de reacciones al #killalljews.

De los comentarios² que presentan una postura favorable al humor del vídeo destacamos el siguiente ejemplo como resumen del tipo de mensajes dentro de esta categoría:

“Going back to this, this video was hilarious as fuck LOL”.

‘Volviendo a verlo, este vídeo es gracioso de cojones LOL’.

(Usuario ‘Laura Ngo’, marzo 2019*)

² Los comentarios están transcritos literalmente, de modo que pueden incluir incorrecciones lingüísticas y tipográficas.

Este tipo de publicaciones se centran únicamente en el valor cómico de la broma y la celebran sin considerar su carácter problemático. Otra significativa cantidad de fans, sin embargo, sí tiene en mente la controversia desatada y añade a sus comentarios puntos argumentativos en contra del castigo al propio chiste, afirmando que el odio y las consecuencias laborales de la broma de Kjellberg se exageraron y están provocadas por un cambio social en la forma de comprender y aceptar el humor negro:

“North americans and europeans are really weird people sometimes. How is they think this video (that obviously was comedic) has anti semitic references? Come on! Dont be so oversensitive [...]”.

‘Los norteamericanos y los europeos son bastante raros a veces. ¿Cómo pueden pensar que este vídeo (que es evidentemente cómico) tiene referencias anti-semitas? ¡Venga ya! No hay que ser tan sensible [...]’.

(Usuario ‘Kaka Lammaka’, 2018)

Como un punto intermedio entre el sentimiento cómplice y el que rechaza el contenido de este vídeo, añadimos la categoría de comentarios no polarizados que, en su gran mayoría, simplemente reconocen las consecuencias posteriores de este vídeo tanto para Kjellberg como para la propia plataforma de YouTube.

Después de esta polémica, y en relación también con otros escándalos por parte de más creadores de contenido, la página web vivió un momento de crisis con respecto a los anunciantes que obligó a un endurecimiento de los filtros de contenido y provocó la demonetización del trabajo de una gran mayoría de youtubers que navegaban en el entorno del humor negro o, simplemente, ofrecían productos con un contenido más adulto.

“THE ONE THAT STARTED IT ALL”.

‘El [video] que lo empezó todo’.

(Usuario ‘ZePear AYBOWSE’, 2018)

Los comentarios que critican el vídeo, así como los que buscan argumentar en lugar de simplemente suscribir el discurso transgresor son significativamente más abundantes que aquellos que apoyan el mensaje antisemita. Debemos tener en cuenta también que otra gran parte de mensajes clasificados como no polarizados demuestran una posición intermedia por parte del fandom de PewDiePie entre el rechazo y la comprensión.

En este caso, los fans intentan erradicar parte de la responsabilidad de su ídolo en base a la idea de que Kjellberg no esperaba que su petición a los Fiverr Funny Guys fuese satisfecha, pero no demuestran explícitamente estar a favor ni justificar el tipo de humor empleado.

Este tipo de comentarios también demuestran confusión ante el suceso, sobre todo al hecho de que el vídeo fuese editado y subido a la plataforma sin aparentemente sopesar las consecuencias y reacciones que pudiese generar.

“You can clearly see by the look on his face he felt bad”.

‘Se puede ver en su cara que se siente mal’.

(Usuario ‘Katherine Shepherd’, 2017)

“he could've not uploaded it but come on he's not racist”.

‘Pudo no haberlo subido, pero venga ya, no es racista’.

(Usuario ‘BboyZoinks’, 2017)

Si tenemos en cuenta las respuestas en contra del vídeo, debemos destacar un palpable sentimiento de odio y rechazo en un número significativo de este tipo de mensajes. Muchos de los usuarios se posicionan como receptores directos del golpe de la broma y reaccionan ya no solo atacando el tipo de humor empleado en el vídeo, si no al propio Kjellberg.

“I came here to say FUCK U PEWDIEPIE!!!! “

‘Solo vine a decir, ¡que te jodan, PewDiePie!’

(Usuario 'BaesGae', 2017)

Las críticas y el odio no solo se limitan al youtuber o al propio vídeo: también algunas voces se alzan en contra del propio fandom, criticando cierta hipocresía en relación a sus propias reacciones ante las críticas de su ídolo.

"This fan base is cancer. If pewdiepie says some shit that's really offensive that's okay. If someone jokes saying they hate pewdiepie then they get threatened [...]".

'Este fandom es un cáncer. Si PewDiePie dice algo que es realmente ofensivo está bien. Si alguien bromea diciendo que odia a PewDiePie recibe amenazas [...]'.

(Usuario 'Anthony 151201', diciembre)

Otros enfocan la crítica en la falta de sentido del humor dentro del propio vídeo, argumentando que este tipo de bromas se centran en el factor sorpresa provocado por la brutalidad inherente de las mismas.

"What an over-cynical, spoilt, inhumane generation of wannabe comedians, who hate hard work and want to steal from others calling it justified, and racist also. Pewdiepie is not smart, neither are the rest of you".

'Menuda generación de "comediantes" tan cínica, malcriada e inhumana, que odia el trabajo duro y roba contenido de otros justificándose a sí mismos, además de ser racista. PewDiePie no es inteligente, y tampoco el resto de vosotros'.

(Usuario 'Saurabh Agarwal', abril 2019)

Muchos de los comentarios contrarios al contenido y a su creador desarrollan de forma más explícita la idea de que algunos mensajes no polarizados apuntan de forma más leve: Kjellberg tuvo poder de elección sobre que partes de su material incluir en el vídeo final y cuáles no, ya que la parte del polémico chiste pudo haber sido fácilmente eliminada sin que el producto final perdiese su sentido originario.

"why did he even upload the video"

‘¿Por qué ha subido el vídeo siquiera?’

(Usuario ‘2Pac Avalley’, 2018)

Comentarios más recientes relacionan incluso el vídeo del youtuber con el directo en Facebook del atentado a la mezquita de Christchurch ya mencionado:

“So the mass shooting that just happened in New Zealand was committed by someone who asked us to subscribe to this guy? Interesting”.

‘¿Así que el tiroteo masivo que acaba de suceder en Nueva Zelanda lo cometió alguien que pidió que nos suscribiésemos al canal de este tío? Interesante’.

(Usuario ‘FBFE’, abril 2019)

A pesar de que, como hemos dicho previamente, son relativamente pocos los comentarios que se muestran a favor del mensaje antisemita que se transmite en la broma del vídeo, los que sí lo hacen demuestran un tono virulento y agresivo contra la comunidad judía. De forma irónica, muchos afirman posicionarse a favor del contenido textual propuesto por la broma.

“I wish it wasn’t just comedic”.

‘Ojalá no fuese solo una broma’.

(Usuario ‘Absolutely Siege’, febrero 2019)

“Fuck you jews. All of you”.

‘Que os jodan judíos. A todos vosotros’.

(Usuario ‘tout le monde s’embat les couilles’, 2018)

Asimismo, aunque en un porcentaje menor, algunos usuarios de la red social muestran conocimiento de la cobertura del caso por parte de los medios y cuestionan su tratamiento. Esta posición está directamente enlazada con la defensa a Kjellberg, y es totalmente opuesta a los medios que comentaron el suceso calificando al “youtuber” de participante del movimiento neo-nazi.

“we hate wall Street”.

‘Odiarnos al Wall Street [Journal]’.

(Usuario ‘Ruben Zarazua’, 2017)

Otros mensajes de esta categoría también se posicionan a favor del humor del vídeo, y consideran que la reacción de los medios tradicionales ante el escándalo fue exagerada, o incluso respondía a una voluntad contraria al contenido online o de manipulación ideológica.

“[...] It's just unbelievable how the mainstream media is willing to decieve and lie in order to get money and PUSH THEIR AGENDAS! [...] I am actually glad and grateful for pewdiepie making this video, Because it SHOWS that the even the MOST Prominent Media outlets and magazines LIE TO US! TAKE THINGS OUT OF CONTEXT! [...] I suggest you never trust a mainstream media outlet again”.

‘Es increíble como los medios tradicionales mienten y engañan para ganar dinero y promover sus agendas [...] Me alegra y agradezo que PewDiePie hiciera este vídeo, porque demuestra que incluso los medios y revistas más prominentes ¡nos mienten! ¡Sacan cosas de contexto! [...] Os sugiero que no volváis a confiar en los medios tradicionales’.

(Usuario ‘Zombi_ripper’, febrero 2019)

Un medio también criticado en la sección de comentarios de este vídeo es precisamente la compañía Disney, que justo antes de esta polémica trabajaba mano a mano con Kjellberg en la producción de una serie de vídeos para su canal titulada *Scare PewDiePie*³. A raíz de la publicación del vídeo, tal y como se recoge en la introducción de este trabajo, la multinacional decidió cortar lazos completamente con el creador y cancelar la recién anunciada renovación de la webserie para una segunda temporada. Este hecho no pasó desapercibido para los fans, que llamaron la atención sobre una

³ Cada capítulo de *Scare PewDiePie* introducía al youtuber en contextos “paranormales” donde se grababa su reacción, siguiendo el hilo de los vídeos que generaron su inicial fama en la plataforma: los *gameplays* de videojuegos de terror.

cierta hipocresía en la decisión teniendo en cuenta el propio pasado controvertido de Disney y su fundador:

“Funny that Disney dropped him for being “anti-Semitic” but Walt Disney was a total fucking nazi”.

‘Es divertido que Disney lo haya despedido [a Pewdiepie] por ser “anti-semita” cuando Walt Disney era un jodido nazi’.

(Usuario ‘axie’, 2017)

Vemos, por tanto, que, en lugar una respuesta unánime por parte del fandom de Kjellberg, los comentarios del vídeo generan un debate que cuestiona tanto el mensaje del hashtag como el tipo de humor que es parte esencial de la marca del youtuber.

5. CONCLUSIONES

La presencia de la alt-right y sus posiciones extremas se ha ido desplazando en la última década desde espacios específicos de debate como blogs y medios online como The Daily Stormer al discurso mainstream a través de la inserción en las redes sociales de sus mensajes, que se recogen en los medios tradicionales cuando éstos se hacen eco de los debates políticos entre usuarios de estas redes. El uso del humor y, sobre todo, del meme como el vehículo ideal para la expresión de ideas de forma ambigua y para un gran número de receptores, es una de las marcas de identidad de estos grupos.

La relación de los contenidos difundidos por la denominada derecha alternativa y los creados en redes sociales puede ser un viaje de doble dirección, tal y como demuestra el caso de PewDiePie. Si bien la alt-right se apropió del discurso del youtuber y de su extraordinario alcance debido a tener una de las cuentas con más suscriptores de YouTube, así como del apoyo de sus seguidores en redes, el mensaje retornó a redes y medios como parte de un ideario ya explícitamente racista y xenófobo en la retransmisión del terrorista de Christchurch a través de otra red social, en este caso Facebook.

A pesar de este uso perverso de la producción del fandom de Kjellberg, el debate en Youtube dista mucho de ser monopolio de la alt-right. Así, el apoyo de los fans, a través de apreciación del humor de PewDiePie y el uso de hashtags, irónicos y de apoyo al mismo tiempo, se confirma como la actividad más frecuente de los usuarios de la red, pero no la única. El apoyo al mensaje antisemita es, por otra parte, minoritario, de manera que se pueden considerar anecdóticos los comentarios que se identificarían con discurso extremo de la alt-right.

Junto con mensajes que suscriben y no cuestionan el humor de Kjellberg encontramos, en cambio, un número abundante de comentarios que se muestran en contra, tanto del mensaje implícito en el vídeo como de la forma de abordar la situación, por medio de un humor ambiguo y ofensivo, y otra tendencia, aún más interesante para el análisis del debate público en las redes, que consiste en la invitación al diálogo en respuestas al vídeo que no están polarizadas en las dos posiciones extremas (total adhesión o repudio). Estos intentos de generar un debate son una nueva dimensión que cuestiona la percepción muy extendida de la inutilidad de los comentarios de la red social Youtube tal y como se explicaba en el marco teórico del presente trabajo. Sería interesante que futuras investigaciones pudieran profundizar en la vitalidad que muchos usuarios muestran en las redes sociales como la posibilidad de oposición activa y productiva a discursos monolíticos y tóxicos como el de la alt-right.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abercrombie, N., y Longhurst, B. (1998). *Audiences: a sociological theory of performance and imagination*. California: Sage.

Anderson, C. W., y Revers, M. (2108). From counter-power to counter-Pepe: the vagaries of participatory epistemology in a digital age. *Media and Communication*, 6(4), 24-35. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v6i4.1492>

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Cohen-Almagor, R. (2018). Taking North American White Supremacist Groups Seriously: The Scope and Challenge of Hate Speech on the Internet. *International*

Journal of crime, Justice and Social Democracy, 7(2), 38-57.

<https://doi.org/10.5204/ijcsd.v7i2.517>

Cuthbertson, A. (17 diciembre 2018). PewDiePie deface Wall Street Journal and hack thousands more printers int-series battle. *The Wall Street Journal*. Recuperado de <https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/pewdiepie-hack-wall-street-journal-printer-hackers-youtube-t-series-a8687441.html>

Davison, P. (2012). The language of Internet memes. En M. Mandiberg (ed.) *The social media reader* (pp. 120-137). Nueva York: New York University Press.

Deem, A. (2019). Digital traces of #whitegenocide and Alt-Right affective economies of transgression. *International Journal of Communication*, 13, 3183-3202. Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9631>

Hartzell, S. L. (2018). Alt-White: conceptualizing the “Alt-Right” as a rhetorical bridge between White Nationalism and mainstream public discourse. *Journal of Contemporary Rhetoric*, 8(1-2), 6-25.

Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.

Michael, George (2017). The rise of the Alt-Right and the politics of polarization in America. *Skeptic*, 22(2), 9-17.

Nicas, J. (15 febrero 2017). PewDiePie Show Canceled by Google’s YouTube. *The Wall Street Journal* [copia privada].

Pérez Pereiro, M. (2017). Getting the mob angry: the satire of Masa Enfurecida as political incorrectness in social networking. *Humor. International Journal of Humor Research*, 30(1), 119-137. <https://doi.org/10.1515/humor-2016-0086>

Reguera, M. (22 febrero 2017). Al Right: radiografía de la extrema derecha del futuro”, *ctxt Revista contexto*, nº 105. Recuperado de

<https://ctxt.es/es/20170222/Politica/11228/Movimiento-Alt-Right-EEUU-Ultraderecha-Marcos-Reguera.htm>

Sandvoss, C. (2005). *Fans: the mirror of consumption*. Cambridge: Polity Press.

Schultes, P., Dorner, V., y Lehner, F. (2011). Leave a comment! An in-depth analysis of user comments on YouTube. *Proceedings of the 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik (WI2013)*, Volume 1, Feb 27 - Mar 1 2013, University Leipzig, pp. 659-674.

Shields, M. (13 enero 2016). PewDiePie to Launch His Own Content Network,. *The Wall Street Journal* [copia privada].

Thelwall, M. (2017). Social media analytics for YouTube comments: issues, gender and sentiment. Texto original proporcionado por el autor del artículo: Thelwall, M (2017). Social media analytics for Youtube comments: potential and limitations. *International Journal of Social Research Methodology*, 21(3), 303-316.

Topinka, R. J. (2018). Politically incorrect participatory media: Racist nationalism on r/ImGoingToHellForThis. *New Media & Society*, 20(5), 2050-2069.

<https://doi.org/10.1177/1461444817712516>

Winkler, R., Nicas, J., y Fritz, B. (14 febrero 2017a). Disney Severs Ties With YouTube Star PewDiePie After Anti-Semitic Posts [video], *The Wall Street Journal* [copia privada].

Winkler, R., y Nicas, J., y Fritz, B. (17 febrero 2017b). "PewDiePie Says WSJ Took Anti-Semitic Content Out of Context", *The Wall Street Journal* [copia privada].

Zoonen, van L., y Vis, F., y Mihelj, S. (2011). YouTube interactions between agonism, antagonism and dialogue: video responses to the anti-Islam film *Fitna*. *New media & Society*, 13(8), pp. 1283-1300. <https://doi.org/10.1177%2F1461444811405020>