









SARAH BANET-WEISER Y KATHRYN C. HIGGINS

CREDIBILIDAD
POR QUÉ NO SE CREE A LAS MUJERES

Traducción de
Daniel Esteban Sanzol



BARLIN LIBROS
PENSAMIENTO AL MARGEN

Primera edición: junio 2023

Título original:

Believability.

Sexual Violence, Media and the Politics of Doubt

Believability © 2023 by Sarah Banet-Weiser & Kathryn C. Higgins

© 2023, de la traducción

Daniel Esteban Sanzol

© 2023, de la cubierta

Irene Bofill

© 2023, de esta edición

Barlin Project SL

Corrección del texto:

Lucía Navarro Pla

Dirección editorial:

Alberto Haller

Publicado por:

BARLIN LIBROS

Avda. Balears 61-20

46023, València

Thema: JBC | JBSF

ISBN: 978-84-125763-6-8

Depósito legal: V-1591-2023

editorial@barlinlibros.org

www.barlinlibros.org

Esta edición se publica

por acuerdo con Polity Press Ltd. (Cambridge)

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares del *copyright*, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

TABLA

INTRODUCCIÓN.

LA VIOLENCIA SEXUAL EN LOS MEDIOS: ENTRE LOS PREJUICIOS Y LA (POS)VERDAD

9

Credibilidad, 20 | El panorama actual: la importancia de la (pos)verdad en la mediación de la violencia sexual, 22 | La «crisis» posverdadera, 27 | Gente poco de fiar, 30 | La economía credibilista, 38

I. CONSTRUYENDO:

LOS MEDIOS DEL #MeToo Y SUS REPRESENTACIONES DE LA CREDIBILIDAD

51

Los medios del #MeToo, 57 | Sobre la divulgación: las luchas antiviolentas en las redes sociales, 64 | Sobre la privacidad: el #MeToo y los reportajes de investigación, 69 | Mentirosas o insignificantes, 79 | La factoría de sujetos creíbles, 95

II. COMERCIANDO:

EL TRAPICHEO PERSUASIVO Y EL ESCAPARATE DEL #MeToo

101

Un mercado floreciente, 107 | El mostrador feminista, 112 | Un vistazo histórico, 117 | Lucrarse con el descrédito: la tecnología preventiva, la vigilancia y las pruebas, 120 | ¡Hay una *app* para eso!, 121 | Prendas y accesorios con tecnología puntera, 136 | ¿Cuánto cuesta que nos crean?, 142

III. COMBATIENDO:

«HORDAS JUSTICIERAS», MEDIOS DIGITALES Y DUDAS A GOLPE DE CLICS
147

¿Quién teme al juicio mediático?, 147 | Manténgase alejado de las hordas justicieras,
153 | Digitalizar la duda, 163 | Visibilidad y circulación sin trabas, 164 | Nuevos usos
y valores de las pruebas, 170 | Hacia un «plataformismo» de la verdad, 180 | ¿Quién
debería temer al juicio mediático?, 185

IV. IMPONIENDO CONDICIONES:

LA BATALLA POR EL ESTATUS DE VÍCTIMA
—ENTRE *KAVANAUGHS* Y *KARENS*—
189

Tú dices A, yo digo B, 189 | ¿Qué se siente cuando los demás te creen?, 195 | Una
vida tirada a la basura, 198 | Sobre la histeria y la caza de brujas, 203 | Condiciones
difíciles, 208 | A quién le importas, 214 | Conclusión, 222

CONCLUSIÓN:

#CREEDALASMUJERES
225

¿Es posible otra posverdad?, 229 | Los medios de comunicación y la credibilidad, 233

AGRADECIMIENTOS

241

REFERENCIAS

251

INTRODUCCIÓN.
LA VIOLENCIA SEXUAL EN LOS MEDIOS:
ENTRE LOS PREJUICIOS Y LA (POS)VERDAD

El 22 de mayo de 2022 un jurado del Estado norteamericano de Virginia declaró culpable a Amber Heard de haber difamado a su exmarido Johnny Depp. Durante el juicio, los abogados de Heard presentaron un sinnúmero de pruebas que venían a respaldar su acusación: haber sido víctima de abusos —e incluso agredida sexualmente—. Entre tales evidencias se incluían fotos de las lesiones sufridas, mensajes de texto, declaraciones de testigos y grabaciones de voz o de vídeo. Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos, el jurado arrojó la conclusión de que había sido ella la causante de perjuicios. Un agravio que se habría perpetrado por medio de tres breves declaraciones, redactadas por Heard, donde el nombre de Depp brillaba por su ausencia: «Me he atrevido a alzar la voz en contra de la violencia sexual... y toda nuestra cultura ha descargado su ira sobre mí. Esto tiene que cambiar». «Dos años más tarde, los abusos sufridos en mi entorno doméstico me pusieron en boca de todos. Y, una vez más, recayó sobre mí toda la ira y el rencor que nuestra sociedad es capaz de acumular contra las mujeres que osan alzar la voz». Por último: «He gozado de un dudoso privilegio: estar en disposición de ver, en tiempo real, cómo las instituciones protegen a los hombres que han sido acusados de cometer abusos».

Tales declaraciones, que el jurado de Virginia estimó difamatorias contra Johnny Depp, bien podrían considerarse —con una buena dosis de ironía— una descripción certera de la suerte sufrida por Heard durante y después del juicio. El sistema jurídico estadounidense dio su protección a Depp, un hombre acusado de abusar de ella; sobre Heard, en cambio, recayó «toda la ira y el

rencor que nuestra sociedad es capaz de acumular» (Heard, 2018, § 3). El alud de exabruptos misóginos y violentos vertidos contra Heard por los partidarios y seguidores de Johnny Depp causaba, incluso en un contexto como este —donde la misoginia se encuentra de lo más normalizada—, auténtico estupor. Casi cualquier espacio de las redes sociales, desde Facebook a Twitter, pasando por Instagram o TikTok, se plagó de contenidos en los que se tachaba a Heard de mentirosa. Por su parte, los usuarios de YouTube y Twitch reaccionaron ante el juicio en tiempo real, elaborando imágenes o memes ofensivos hacia Heard y escrutando las pruebas hasta el más mínimo detalle en busca de signos de falsificación. El locutor Ben Shapiro, gurú y altavoz de la derecha estadounidense, se gastó 50 000 dólares en emitir anuncios durante su conocido programa radiofónico en los que tildaban a Heard de mezquina y embustera.

Pese a todo, aunque tales embestidas suscitadas por el juicio revelaban como ciertas las palabras de Heard, el tribunal acabó dando la razón a Depp y sus defensores. El problema, al parecer, no había estado en que el jurado necesitara más pruebas, sino en que Heard se había mostrado incapaz de interpretar su papel de víctima de un modo emocionalmente convincente: «Tan pronto rompía a llorar al responder a una pregunta como, en cuestión de dos segundos, su gesto se tornaba frío como el hielo», observaba un miembro del jurado. «No parecía natural» (Tapp, 2022, § 1). Aunque las formas de violencia y machismo dirigidas contra Heard eran de lo más diversas —desde ataques contra su carácter, su aspecto físico, su manifiesta promiscuidad y un largo etcétera—, todos los tuits, memes, comentarios y vídeos apuntaban a un mismo aspecto crucial: que Amber Heard no resultaba *creíble*.

El juicio entre Depp y Heard se celebró casi cinco años después de que Alyssa Milano tuitara lo siguiente: «Si alguna vez has sufrido alguna forma de acoso o agresión sexual, escribe “*me too*” [yo también] como respuesta a este tuit». Desde luego, el movimiento #MeToo no había nacido en 2017 ni era obra de las estrellas de Hollywood, sino que lo había fundado en 2006 la activista Tarana Burke. Esta última acuñaría la expresión para contribuir a

que las chicas y mujeres negras pudieran compartir la experiencia de los traumas y abusos sexuales que habían sufrido (cf. Jefferson, 2018). Ciertamente, el revuelo generado en las redes sociales con la viralización del tuit de Milano había resignificado el término, que ponía de manifiesto —al menos, inicialmente— los abusos sexuales cometidos, sobre todo, contra actrices blancas cis. De este modo, dotaba a la problemática del acoso y la violencia sexual de una tremenda visibilidad, renovada ahora a escala mundial, pero contribuía asimismo a arrinconar todavía más los relatos de aquellas personas más vulnerables a sufrir una agresión: en especial, las mujeres racializadas, encarceladas o en régimen de pobreza, las personas *queer* y transgénero o las trabajadoras sexuales. A este respecto, el presente libro se propone abordar las consecuencias culturales de esta última versión del movimiento, viralizada y ligada a Internet, que nombraremos con el término #MeToo.

En 2017, poco después de que Milano publicara su tuit, el movimiento #MeToo fue adquiriendo en todo el mundo una imponente presencia en las redes sociales. Fueron muchos quienes vieron en ello un cambio de paradigma: tras décadas mirando para otro lado ante el acoso sexual en el mundo del trabajo, por fin se iban a ajustar las cuentas con todos aquellos hombres que se habían aprovechado de su poder o su puesto. Con la caída de mastodontes mediáticos como Harvey Weinstein, sumada a la correspondiente indignación pública y a las muestras de compasión hacia las víctimas, todo parecía indicar que se había alcanzado otra sensibilidad, que una nueva conciencia feminista llevaba ahora la voz cantante. Tal como se señaló, la explosiva visibilidad de aquellas mujeres que acusaban a los hombres de alguna agresión sexual permitía un nuevo reparto del llamado «beneficio de la duda» —sobre todo, en relación con la violencia sexual—, que les sería retirado a los hombres más ricos y poderosos en beneficio de aquellas que habían sufrido sus abusos. Sin embargo, tales acontecimientos vinieron a coincidir con otro momento histórico: el marcado por discursos y conceptos basados en las «*fake news*» o los «hechos alternativos», caracterizado por una inquietud creciente en torno a la noción de verdad dentro de la esfera pública. Con la mirada puesta en esta

doble vertiente, en 2017, el vocablo «feminismo» —de renovada resonancia debido al #MeToo— fue galardonado como palabra del año por el diccionario Merriam Webster. Apenas un año antes, en 2016, el diccionario Oxford había otorgado un galardón semejante a la entrada «posverdad».

La confluencia y los vínculos entre estos dos fenómenos culturales —por un lado, la «crisis» de la posverdad; por el otro, la pujanza del #MeToo— tiende a pasar, con frecuencia, desapercibido. No ocurre así en este libro, que aborda esta coincidencia como un hecho de gran trascendencia. En este sentido, adoptamos el concepto de *credibilidad* como la clave de bóveda que ayude a replantear, en términos feministas, los callejones sin salida de la posverdad. Entendemos las derivas culturales del movimiento #MeToo como un escenario coyuntural que ha convertido la palabra de las mujeres —y, sobre todo, su (in)verosimilitud— en objeto de fascinación, disputa y desasosiego.¹ Más concretamente, nos planteamos cómo los problemas de demarcación vinculados tanto al #MeToo como a la aparente crisis de la posverdad —en otras palabras: a ese peliagudo cruce entre verdad y creencia— se encuentran condicionados por la noción de credibilidad como una lógica sesgada en términos raciales y de género. Por ello, priorizamos las vivencias de mujeres y personas de color con el fin de desacreditar los relatos dominantes de esta época posverdadera, que tienden a presentar los rasgos específicos de la posverdad —desinformación,

1 A todas luces, la categoría «mujer» también ha devenido, en los últimos tiempos, en un objeto de preocupación cultural. Conviene, pues, que apuntemos el uso de término: a lo largo de estas páginas, se empleará con frecuencia el descriptor «mujer» como parte de una terminología que, a menudo, resulta tan limitadora como monolítica. En cualquier caso, cuando hablamos de mujeres, pretendemos aludir a todas y cada una de ellas, repudiando de paso cualquier intento de apelar a la esencia de lo femenino ni de reducir el término a una única forma política de encarnarlo. También tratamos de tomar en cuenta a aquellas personas que, pese a no ser mujeres, sufren también el yugo del patriarcado y deben lidiar, por tanto, con las mismas formas de opresión —lo que incluye la renuncia a ser creídas— responsables de coaligar a las mujeres como una clase política. Por último, sostenemos y tenemos claro que la violencia sexual no se encuentra limitada a un simple género, como tampoco la sufren —al igual que sucede con la propia categoría de género— de un modo unívoco todas aquellas personas que habitan el mundo en cuanto mujeres.

fake news y demás— como si fueran nuevos vectores de corrupción democrática y, por ende, impedimentos para la conquista de lo justo y verdadero.

Al contrario de estos postulados, sostenemos que el escenario social donde salen a subasta y se cuestionan o admiten las diferentes verdades es lo que denominamos una *economía mediatizada de la credibilidad*. Tal como detallaremos un poco más adelante, este concepto designa ese campo de batalla donde nuestra habilidad para «decir la verdad» —es decir, para hablar de tal modo que lo que decimos se tenga por verdadero en nuestro entorno social— es objeto de negociaciones públicas a partir de dos divisas: nuestros rasgos subjetivos —esto es, quiénes *somos*— y nuestra destreza performativa —lo que *sabemos hacer*—. A este respecto, valga una apreciación importante: no definimos la subjetividad como una forma de relativismo personal, sino como lo que Donna Haraway (1988) denomina «conocimientos situados» o Judith Butler considera «contingente»: todo ese conjunto de dinámicas y prácticas cotidianas mediatizadas por nuestra cultura que nos convierten en sujetos particulares y se levantan sobre bases históricas concretas. Del mismo modo, cuando hablamos de performatividad no nos referimos a ningún tipo de engaño o artificio, sino a una suerte de construcción: ese elemento crucial que dota de coherencia a los sujetos y asienta sus relaciones recíprocas. Pues bien, esto mismo le sucede, a nuestro juicio, al concepto de credibilidad, cuyo lugar en el mundo viene determinado —como siempre ha sucedido— por la cultura mediática.

Como ocurre con la mayoría de las economías, una economía de la credibilidad contiene sus representaciones, ideologías, esfuerzos, productos y recursos específicos, por no hablar de los poderes jerárquicos que se entrelazan con todos estos aspectos. Pero, si lo que está en juego es la violencia sexual, he aquí algo interesante: siempre que nos planteamos por qué hay que creer a alguien, nos estamos enfrentando a una pregunta política. Esto no es lo que sucede con la credibilidad. Pues, como iremos mostrando a lo largo de este libro, este tipo de economía es el resultado de una coyuntura histórica de lo más particular: aquella que convierte

los medios de comunicación —sobre todo, digitales— en la sede principal donde se negocian las evidencias que merecen nuestro «crédito» y quiénes son los sujetos que actúan de manera «verosímil». Esta economía mediatizada goza hoy de un radio de acción inmenso, se expresa a través de redes de gran actividad y cada vez es más capaz de apretarnos las tuercas. En las páginas siguientes abordamos esta economía como lo que ha permitido que hombres blancos demasiado poderosos ejercieran un influjo desmedido en términos históricos, lo que equivale a decir que presenta una estructura con profundos sesgos de raza y de género. Sin embargo, al tratarse de una economía *mediada*, también es contingente y admite lo disruptivo. Esto deja un gran espacio, a nuestro modo de ver, para disputar y reconfigurar las políticas de (in)credulidad, pero impone una dificultad añadida: la lógica comercial de visibilización que impera en las plataformas de las redes sociales —como en el resto de nuestras producciones— y sabotea nuestro potencial transformador.

Por si esto fuera poco, al menos desde comienzos de los años 2000 —y agravado con la llegada de Donald Trump a la presidencia de los Estados Unidos en 2016—, asistimos a lo que se ha considerado una «crisis» de la posverdad (Harsin, 2018). Quién o qué era tachado de posverdadero difería en función de nuestro bando político, aunque se solía asociar a la tramposa promesa, formulada por Trump y los suyos en plena campaña electoral, de ofrecer «hechos alternativos». Tanto demócratas como liberales lamentaron el papel que medios conservadores como Fox News habían desempeñado a la hora de propagar los bulos trumpistas como si fueran ciertos. Por su parte, los periodistas vieron cómo ciudadanos de todo el rango político cuestionaban sus afirmaciones. En los Estados Unidos, grupos conservadores encabezaron protestas enarbolando proclamas tales como «Trump 4 Truth» [Trump nos dirá la verdad] o «Fake News» [Noticieros mentirosos]. No faltó quien culpara de la crisis a los académicos por haber dado pábulo a las teorías posestructuralistas y posmodernas que malbarataban la mera noción de «Verdad» con mayúscula a cambio de un montón de verdades distintas, a menudo contradictorias.

Hasta la fecha, los relatos dominantes del periodo posverdadero se han mostrado de lo más reacios a estudiar con seriedad el modo en que el concepto mismo de «verdad» —hoy en día, al parecer, tan «superado»— es el resultado histórico de las experiencias y los deseos de la gente poderosa. Como nos enseña el ideario propio de la Ilustración, los dos pilares epistemológicos —«racionalidad» y «objetividad»— que apuntalan el concepto de verdad asociado a la cultura occidental han permitido a los hombres —sobre todo, al hombre blanco de Occidente— producir conocimientos científicos y filosóficos acerca del mundo y difundirlos por doquier como hechos incontestables (Haraway, 1988). A este respecto, nuestro propósito no consiste en reubicar la época posverdadera dentro de este relato para negar los problemas sociales que conlleva, sino en comprender mejor *cuál* es esta problemática y a quién estaría afectando. En definitiva, lo que procuramos es bosquejar un retrato más fino de los rasgos novedosos y continuistas del periodo actual, con el fin de articular de un modo más nítido la idea de (pos) verdad entendida en el marco de la credibilidad y, por ende, como resultado del poder económico y social. Según se irá desgranando en los próximos capítulos, que alguien se vea «despojado» de su capacidad para decir la verdad o se encuentre «excluido» del conjunto de verdades compartidas tan solo supone una novedad para ciertas personas: aquellas que han gozado de un lugar privilegiado en virtud de su género, raza o riqueza y han sido consideradas, a lo largo de la historia, como sujetos veraces. Por el contrario, los seres humanos pertenecientes a grupos marginales, tales como las mujeres, las personas *queer* y la gente de color de cualquier género, se han visto abocados históricamente a ocupar el lugar de sujetos cuestionables, de fiabilidad dudosa e indignos de ser creídos —por decirlo de otro modo: el rincón de esos sujetos subjetivos por definición cuyas verdades no solo carecen siempre de validación, sino que no hay modo alguno de ratificar—. Esta coincidencia histórica entre el movimiento #MeToo y las tensiones sociales que implica la posverdad pone de claro relieve la citada pugna histórica y nos arroja un montón de interrogantes sobre el valor de los medios de comunicación y sus efectos políticos.

Como señalaremos un poco más adelante, han sido sobre todo los discursos de carácter jurídico articulados en torno a ideas como verdad, evidencia o credibilidad los que han ido moldeando la sensibilidad pública de la violencia sexual y la visión popular del movimiento #MeToo como un artefacto de intervención cultural. Al mismo tiempo, la pregunta de a quién debemos creer, y por qué razones, en el seno de instituciones legales encargadas de esclarecer la verdad ante una agresión sexual —lo que atañe, en especial, a la labor policial y los procesos penales— es un campo de interés académico bien asentado. Por ejemplo, las juristas que se ocupan de estudiar estas cuestiones, llevan tiempo cuestionando el concepto de «credibilidad», en el que ven un constructo sesgado por raza y género cuyo peso se hace notar a la hora de dictar sentencia en un proceso penal —es decir, aquellos juicios donde la sentencia tiene valor de verdad—. Por medio de este trabajo, nos gustaría sumarnos a esta clase de diálogos, pero adoptando un enfoque distinto: desplazando la importancia de la mera credibilidad hacia aquellas condiciones que permiten creer a alguien y, por tanto, desestimando nuestra idea de verdad como un problema de honestidad o precisión para entenderla, en su lugar, como una construcción cultural. Aunque preguntarse quién nos resulta creíble en un proceso penal y qué consecuencias se desprenden de ello constituye, a todas luces, una cuestión capital, el relato que proponemos aquí entiende nuestra cultura como un medio para lograr que el Estado deje de ser quien «tiene la última palabra» a la hora de creer a alguien. En este sentido, las respuestas que ofrece la justicia penal se detallan profundamente.² Al desplazar el foco desde la esfera jurídica hacia el mundo cultural, proyectamos una mirada crítica hacia las «verdades» de cada agresión sexual consideradas ahora no como meros «hechos» apolíticos, sino como el resultado de una

² En los Estados Unidos, una de cada seis mujeres declara haber sufrido un intento de violación —ya sea consumado o no—, mientras que, en el Reino Unido, las estadísticas muestran que una de cada cinco mujeres ha sido agredida o violada en algún momento de su vida. Sin embargo, el número de mujeres que llegan a denunciar estos hechos ante la policía es mucho menor. Y de todas las denuncias, tan solo un 1 % de los agresores acaban siendo encarcelados (RAINN, s. f.; Rape Crisis, s. f.).

compleja negociación entre visibilidad, reconocimiento y cuidados donde el poder desempeña un rol central (cf. Gay, 2018). De este modo, mientras nuestras instituciones siguen dando la espalda a las mujeres y a otros colectivos marginalizados, las negociaciones culturales a las que nos referimos son básicamente abiertas, inestables y, en última instancia, susceptibles de transformación en aras de una mayor justicia social. En otras palabras: que podamos creer a alguien está siempre en nuestras manos. Y podemos construir algo distinto con ello.

Desde luego, este no es el primer libro que se propone estudiar la renovada visibilidad de la violencia sexual suscitada por el #MeToo o sus implicaciones sociopolíticas. Centenares de trabajos académicos y editoriales se han ido publicando en relación con temas como la proliferación de un feminismo —blanco— masivo a partir del #MeToo y la omnipresencia en el debate público de —ciertas— formas de violencia sexual. Entre estas obras se incluyen títulos académicos como *#MeToo, Weinstein and Feminism*, de Karen Boyle (2019); *MeToo: The Impact of Rape Culture in the Media*, de Meenakshi Gigi Durham (2021); *Me, Not You: The Trouble with Mainstream Feminism*, de Alison Phipps (2020); a los que se suman libros de gran éxito para un público más amplio como *White Feminism*, de Koa Beck (2021); *Believing*, de Anita Hill (2021); y la antología *Believe Me: How Trusting Women Can Change the World*, de Jessica Valenti y Jaclyn Friedman (2020), por citar unos cuantos. Otros libros, como los trabajos *Down Girl* (2017) y *The Right to Sex* (2021), publicados respectivamente por las filósofas feministas Kate Manne y Amia Srinivasan se han convertido en auténticos superventas. Y hay algo aún más importante: se han elaborado críticas no solo hacia el carácter eurocéntrico del movimiento #MeToo, sino también contra la tendencia a priorizar Occidente al estudiar el #MeToo en el ámbito académico. Autoras como Srila Roy (2022a, 2022b), Jinsook Kim (2021), María Pía López (2020) y Simidele Dosekun (2020), entre otras figuras, han contribuido con gran arrojo a teorizar el contexto y el predominio occidental. Estos esfuerzos críticos han permitido analizar con todo lujo de detalles las ideas políticas asociadas al #MeToo

y han aportado su granito de arena para el estudio de corrientes como #NiUnaMenos en Latinoamérica, #WoYeShi en China y #MeTooIndia en este país. Dicho esto, en las páginas siguientes se traerán a colación casos empíricos procedentes de Occidente y del movimiento #MeToo occidental.³

Aunque, sin duda, a lo largo de este libro, mantenemos un diálogo con los trabajos citados, el tema central del mismo no corresponde al movimiento #MeToo. La cuestión que nos ocupa es, en realidad, entender los mecanismos activados por la economía de la credibilidad al abordar las denuncias por violencia sexual dentro de un contexto histórico muy concreto de la historia occidental. Por supuesto, semejante coyuntura se encuentra condicionada también por el #MeToo, pero aún está más sujeta al poder de los *medios*, que son el escenario donde, cada vez con más frecuencia, esa clase de denuncias se formulan, evalúan y despachan, en función de si pasan por «creíbles» —o no—. Nuestra cultura mediática no es, en absoluto, el único elemento importante que analizamos aquí; junto a este, abordaremos asuntos como el supremacismo blanco, el nativismo o la proliferación paulatina de un populismo

³ La inmensa mayoría de textos y casos estudiados en el presente trabajo proceden de los Estados Unidos, el Reino Unido y Australia. Pese a que hemos concedido una gran importancia a recopilar casos muy diversos dentro de estas sociedades, debemos confesar que este aspecto impone una limitación fundamental a nuestro análisis. El principal argumento que nos ha llevado a adoptar este punto de vista es que deseamos proyectar nuestra mirada crítica sobre un momento histórico muy concreto de la vida política occidental. En este sentido, somos conscientes de que nuestro análisis en torno a la economía mediatizada de la credibilidad resulta muy limitado a la hora de abordar la suerte que han corrido movimientos políticos como #NiUnaMenos en Latinoamérica o las campañas políticas de índole feminista surgidas, por ejemplo, en la India (*cf.* Roy, 2022a, 2022b) o en África (*cf.* Okech, 2021; Shefer y Hussien, 2020; Kangerre *et al.*, 2017). Por consiguiente, no entendemos, en modo alguno, nuestros postulados como una imagen «omniabarcante» de dicha economía, ni pretendemos gozar de «la última palabra» sobre sus consecuencias políticas. Más bien, al estudiar cómo funciona la economía de la credibilidad en este contexto tan específico, actuamos movidas por el aportar una pequeña —pero importante— contribución a un debate mucho más amplio, profundo y, ojalá, duradero en torno al valor de la credibilidad para el feminismo y el pensamiento político contemporáneo con respecto a la sexualidad. En definitiva: confiamos en que el presente trabajo se sume a este diálogo, por definición, coral y sea de utilidad, pese a sus limitaciones, para quienes se ocupan de cuestiones similares, sea cual sea su entorno.

de extrema derecha en todo el mundo, más otras cuestiones como la popularidad del feminismo, el machismo o el neoliberalismo «progre». Con todo, los motivos por los que el concepto de credibilidad constituye un aspecto tan fundamental y, al mismo tiempo, tan pasado por alto dentro de este debate, son las dos dimensiones que lo constituyen: subjetividad y performatividad. Por un lado, es muy evidente que los medios no han dejado nunca de tomarse en serio la (re)producción de subjetividades sesgadas por género y racializadas; en otras palabras: el cuestionamiento de *a quién* cabe creer y por qué razones. Pero la fibra crucial que intentamos tocar es, por el contrario, la otra dimensión más performativa de la credibilidad —a saber, el *esfuerzo* que implica volvernos creíbles; o la credibilidad entendida como una *tarea*— recae cada vez más en plataformas y productos mediáticos, que imponen su lógica.

El presente libro no es, tampoco, el primer trabajo que entiende la «posverdad» como algo menos reciente en términos históricos de lo que, en principio, solemos pensar. Al fin y al cabo, la verdad siempre ha sido una categoría en abierta disputa y de índole política; no en vano, manipular y desmontar verdades nunca han dejado de ser dos formas antiquísimas de ejercer el poder (Harsin, 2018). Sin embargo, lo que no es tan frecuente son aquellas críticas que intentan recalcar la persistencia histórica de la idea de posverdad poniéndola en relación con sus efectos políticos de carácter *social* —por decirlo de otro modo: a quién afecta y de qué manera—. Esto es, precisamente, lo que pretendemos, pues es ahí donde nos parece útil volver a hacernos preguntas acerca de la duda y la credibilidad. Cada vez que preguntamos: «¿quién considera esto una posverdad?» (Mejía *et al.*, 2018) se despliegan de inmediato otro montón de preguntas. ¿Qué o a quién se pone en duda, cuando antes despertaba una confianza ciega? ¿Quién o qué nos ha hecho dudar *siempre*, y por qué? ¿Hacia dónde se mueven estas nuevas dudas, suponiendo que lo hagan? La mayoría de las críticas más asentadas entienden la posverdad como una amenaza, intensa e indiscriminada, para la justicia y la democracia. Sin embargo, también cabría comprenderla como un desafío en detrimento de aquellos que han gozado siempre de la

autoridad para decir —y, por ende, fabricar— la «verdad». A este doble rasero, y a sus trapicheos dentro del contexto de la esfera mediática, nos referiremos en las próximas páginas.

CREDIBILIDAD

Antes de iniciar nuestros desarrollos, valgan, sin embargo, algunas precisiones acerca del uso que damos a este término. Cuando se describe a aquellas mujeres que se ven envueltas en casos de violencia sexual, son muchos los vocablos empleados para censurarlas: mentirosa, cuentista, embustera, sibilina, deshonesto, impostora, manipuladora, lianta, charlatana, retorcida o timadora. El campo semántico de algunas de estas palabras coincide, al menos parcialmente, con el que nos ocupa y sin duda moldea el concepto de credibilidad. Pese a ello, estimamos que la credibilidad goza de su propia valencia en el momento actual. En concreto, credibilidad consta de dos significados: por un lado, expresa nuestra *capacidad para ser creídos*; por el otro, es aquella *cualidad que vuelve algo convincente*. Vemos, pues, que la noción articula en torno a sí nuestra subjetividad —créeme por ser *quien* soy— pero también nuestra performatividad —lo convincente que resulto cada vez que esgrimo una «verdad»—. Ambas acepciones, y en especial la última, afectan de lleno al tratar los casos de violencia sexual, pues suscitan la pregunta por su credibilidad: ¿la agresión denunciada fue realmente violenta o vejatoria? ¿No estaremos acaso ante una «sacacuartos» o alguna «despechada» con ganas de vengarse o de sacar tajada contra un tío poderoso? Un modo habitual de restar importancia a los casos violentos consiste en asumir como algo «natural» las conductas dominantes de los hombres, sin mayor problema en términos históricos, lo que arroja aún más dudas sobre aquellas mujeres que los denuncian.

Las dos definiciones de credibilidad —tanto la que se apoya en la idea de sujeto como la performativa—, se dan cita al hablar de violencia sexual y estudiar los sistemas de representación de carácter mediático. Como se irá desgranando en los siguientes ca-

pítulos, el trabajo de los medios acostumbra a priorizar una de las vertientes de la credibilidad por encima de la otra. Por poner un ejemplo: la mayoría de los programas y reportajes masivos emitidos desde 2017 en torno al movimiento #MeToo desplazaban el concepto hacia el polo performativo y giraban en torno a la capacidad de las mujeres para convencernos de su condición de víctimas. Sin embargo, cuando debatimos acerca de los productos empleados para erradicar la violencia sexual —ya se trate de *apps* o de alguna prenda tecnológica—, la credibilidad se orienta hacia el lado de la subjetividad: la palabra de la mujer, como tal, no resultaría creíble, por lo que necesitamos algún artilugio que nos ayude a enmendar esa incredulidad. Una vez más, se observa cómo nuestra cultura mediática representa y aplica este carácter bicéfalo de la credibilidad. Como es obvio, subjetividad y performatividad se solapan y moldean mutuamente. A menudo, la subjetividad propia de una persona agredida sexualmente dependerá de cómo logre encarnar su condición de víctima; y por lo mismo, cuánto se le exija a alguien encajar en su condición de víctima dependerá del lugar que ocupe dentro del espectro de personas «dignas» de crédito. Retomando el flagrante ejemplo de Amber Heard, las lacerantes muestras de machismo lanzadas contra ella —en su mayoría a través de los medios—, hacían hincapié en su actuación: no se había comportado como la víctima «perfecta», pues también ella se abalanzó contra Depp, perdió los papeles o no se mostró redimida; las suyas eran, dijeron, lágrimas de cocodrilo. Movidos por esta clase de argumentos, los partidarios de Depp le endosaron a ella el papel de agresora y a Johnny Depp el de víctima. Así pues, su actuación coincidía por completo con su subjetividad: si se había comportado como una mentirosa y una abusadora, es porque lo era. Lo curioso, sin embargo, es que estas invectivas formuladas contra Heard, basadas en topicazos sexistas y misóginos sobre la feminidad, ilustraban a la perfección el hecho de que la performatividad se evalúa siempre *de acuerdo con* cierta subjetividad —sesgada previamente por género, raza o clase social—. Por decirlo de otra forma: la actuación de Johnny Depp no se vio sometida al mismo escrutinio que la de Amber Heard. La cultura de los medios se nos

muestra, por lo tanto, como un espacio abierto tanto al despliegue de lo que es posible como al repliegue opuesto; como ese lugar donde se da forma a nuestra subjetividad y nos vemos forzados a actuar de manera creíble.

Al analizar la citada «economía de la credibilidad», esperamos contribuir a alimentar los debates cotidianos y académicos acerca del legado cultural del movimiento #MeToo y de las consecuencias de la visibilidad mediática para el proyecto de emancipación feminista. En concreto, estamos convencidas de que el constructo histórico del término mujer, por un lado, como un ser particular —y, por tanto, demasiado subjetivo— y, por otro, como alguien deshonesto —indigno de confianza— es el telón de fondo sobre el que se alza la espectacular pujanza del movimiento #MeToo. Precisamente por eso, ambas construcciones simbolizan de manera profunda los condicionantes a los que se enfrenta el alcance de este movimiento para alumbrar un cambio político sustancial y duradero, sobre todo en lo relativo a la credibilidad ligada a la violencia sexual.

En las páginas que restan de esta introducción trataremos de enmarcar el contexto que da forma a nuestra idea actual de la credibilidad. Con esta finalidad, vincularemos nuestra coyuntura con tres asuntos distintos: la «crisis» de la posverdad, la construcción histórica de sujetos cuestionables y una economía mediatizada de la credibilidad que ha quedado patas arriba con el auge del feminismo masivo.

EL PANORAMA ACTUAL: LA IMPORTANCIA DE LA (POS)VERDAD EN LA MEDIATIZACIÓN DE LA VIOLENCIA SEXUAL

El presente trabajo se propone cartografiar una coyuntura histórica en la que el problema de la «credibilidad» está adquiriendo una renovada complejidad y suscitando nuevas implicaciones políticas. Huelga decir que nuestro análisis se nutre de una prolongada estirpe de académicas feministas que consagran sus esfuerzos al estudio de la subjetividad y, más en concreto, de las experiencias perso-

nales en relación con los debates públicos en pugna por la verdad —sobre todo, los que atañen a lo verdadero en casos de violencia o agresión sexual—. Nuestro libro quisiera sentar, además, un precedente importante. Así, en lugar de insistir en aquellos mecanismos que permiten explicar cómo se produce el sesgo en la credibilidad por razón de género, raza o clase social, optamos por explorar un conjunto muy concreto de condiciones históricas que conforman el contexto de las *disputas por* la credibilidad (y, así pues, por la verdad) en el momento actual. En definitiva: lo que nos importa no es tanto comprender cómo la subjetividad «determina» la credibilidad sino, más bien, cuáles son las condiciones históricas (culturales, económicas, tecnológicas...) que nos permiten hoy (re) negociar la credibilidad de los distintos sujetos.

El teórico Stuart Hall define la noción de coyuntura como ese momento contingente de crisis social provocado por una suma de fuerzas económicas, culturales, políticas e ideológicas propias de un periodo histórico, sobre las que arroja una luz reveladora (*cf.* Hall *et al.*, 1978). Adoptar un «pensamiento coyuntural» (Clarke, 2014) equivale a entender los puntos de fricción y las contradicciones como vectores para investigar el modo en que todas esas formas de poder fabrican e imponen condiciones a cualquier posibilidad de transformación social. Es decir, sitúa las dinámicas políticas, económicas, sociales y culturales propias del poder en su relación recíproca más fundamental. De este modo, en lugar de analizar cualquiera de estas esferas de manera separada, sostenemos que la credibilidad se entrecruza y entromete en todas ellas, que a su vez se presionan entre sí por caminos de gran importancia (Littler y McRobbie, 2021).

Por si esto fuera poco, para poder cultivar este pensamiento coyuntural a la hora de estudiar el concepto de credibilidad y la violencia sexual, situamos los debates actuales en torno a los «hechos» de este tipo de violencia dentro de su contexto histórico: aquel que ha convertido en un acalorado objeto de disputas a la pregunta de si debemos creer —y, en tal caso, cuándo y de qué manera— a aquellas mujeres que deciden hablar en público sobre sus vidas. Por supuesto, la coyuntura de marras se halla, desde

hace mucho, muy determinada por los desequilibrios de poder y recursos ligados a la raza, el género o la clase social, que siempre han relegado a las mujeres y a otros actores marginalizados al rango de sujetos «cuestionables». Sin embargo, estimamos que el contexto actual acusa, al mismo tiempo, otros condicionantes, entre los que se incluyen la salvaje influencia de los medios en las batallas públicas en torno a la verdad —sobre todo, en la red— y el creciente malestar sobre el frágil estatus de los «hechos» en la esfera pública, potenciado por el auge de discursos relacionados con la «posverdad». Cada uno de estos desarrollos interconectados subraya el papel mediático en las luchas actuales por la credibilidad y refuerza la importancia crucial de la idea de *mediación* para una política de la duda presente en los casos de violencia sexual.

Comprender la cultura de los medios como el escenario donde se negocian y dirimen, en su mayoría, las definiciones de agresión sexual, implica, de paso, admitir que la cultura mediática bien podría ser también el campo de batalla donde superar las estructuras machistas y racistas. Como lleva recalcando el trabajo académico desde hace varias décadas, los medios de comunicación proporcionan un espacio cultural a la representación, el reconocimiento, los relatos y la ideología. Pero lo que nos ocupa supera con creces la mera transmisión de ideas, como bien nos recuerdan Angela McRobbie (2005), James Carey (2008) o Stuart Hall *et al.* (1978), por citar algunos nombres. No en vano, si sobre algo insisten los estudios culturales es en el hecho de que la *cultura*, tanto popular como política, es «un terreno en disputa» —por citar las célebres palabras del propio Stuart Hall— en el que se compite acerca de cuestiones como significado, visibilidad, reconocimiento o recursos. La cultura nos moldea, pero también nosotros la moldeamos a ella (Williams, 1989). Basta con echar un vistazo a los medios que nos rodean para asistir a esta lucha por el sentido o la materialidad, ya se trate de revistas (McRobbie, 2000; Harris, 2004; Driscoll, 2002), películas o programas de televisión (Spigel, 2013; Tasker y Negra, 2007; Brunson, 2000; Everett, 2001; Warner, 2015), redes sociales y otros medios digitales (Jackson *et al.*, 2020; Duffy, 2022; Sobande, 2020; Steele, 2021; Bailey, 2021; Banet-Weiser, 2018),

tecnologías interconectadas (Noble, 2018; Benjamin, 2019; Brock, 2020; Browne, 2015; Banet-Weiser y Miltner, 2015) y otros muchos ejemplos. Al mismo tiempo, la cultura de los medios gira en torno a la materialidad, por lo que afecta al trabajo, la producción y los recursos. La industria mediática y la cultural forman parte de este contexto más amplio (Cunningham y Craig, 2021; Hesmondhalgh, 2019; Saha, 2017; Durham, 2021); de hecho, como bien ha señalado la propia M. G. Durham (2021), la versión del #MeToo surgida en 2017 dirigió inicialmente sus acusaciones de manera global contra la industria mediática de Hollywood como un escenario clave de violencia sexual. Además, no debemos olvidar que casi todas las plataformas mediáticas de Occidente recaen en manos privadas —apenas un puñado de gigantescas empresas, todas ellas en extremo poderosas, se reparten el pastel— y se rigen, en el fondo, por fines lucrativos, lo que impone en gran medida todo cuanto ve, siente y escucha la audiencia (Winch and Little, 2021).⁴ En las páginas que siguen, enmarcamos el problema de la credibilidad dentro de un contexto histórico cuya mediatización es un aspecto crucial. Asimismo, planteamos que los citados aspectos de la credibilidad —su índole performativa y su estatus subjetivo— se disputan hoy en día en multitud de entornos mediáticos.

La noción de coyuntura nos ofrece una vía de lo más fructífera para pensar a fondo en el valor de esta visibilidad reforzada de los relatos, las representaciones, los productos y las protestas relacionados con la violencia sexual para desmontar el racismo y el machismo estructurales. Así pues, en lugar de analizar, uno por uno, los diferentes artefactos mediáticos e intentar desentrañar su modo particular de presentar los casos de violencia sexual, a lo largo de esta obra los ponemos todos ellos *en relación con una misma cultura*; es decir, los tomamos como piezas imbricadas

⁴ Por insistir en el tema: que tan solo cinco empresas —Apple, Google, Microsoft, Facebook y Amazon— sean dueñas y gestionen la inmensa mayoría de las plataformas mediáticas de todo el mundo equivale a afirmar que estas compañías —y, por tanto, sus dueños— se han labrado vías de acceso al conocimiento, cultivado relaciones de poder específicas y encauzado las representaciones mostradas por estos medios, todos ellos elementos sustanciales que afectan de lleno a la credibilidad (cf. Noble, 2018; Vaidhyanathan, 2021; Couldry y Mejias, 2019; Zuboff, 2020; Winch y Little, 2021).

dentro de una misma coyuntura histórica que, aunque a menudo parecen no tener nada que ver entre sí, en el fondo comparten las mismas condiciones de posibilidad culturales, políticas y económicas. Este contexto más amplio se encuentra condicionado tanto por los relatos históricos como las pugnas actuales que tratan de establecer quiénes son los «sujetos cuestionables», en qué consiste la «crisis» que ha traído la posverdad y cuál es el papel de las redes mediáticas y los movimientos sociales de gran visibilidad, como es el caso del #MeToo. En este sentido, los artefactos mediáticos que analizaremos aquí tal vez no sean exhaustivos, pero ayudan a ilustrar problemas mucho más amplios relacionados con el género, la violencia sexual y la credibilidad. Estamos convencidas de que la aparición de estos dispositivos en un mismo lapso de tiempo tan breve merece, con creces, un análisis pausado y nos puede deparar reveladoras certezas políticas. Concebimos, pues, la credibilidad, junto con su dualidad subjetiva y performativa, como una expresión locuaz del modo tan selectivo en que se articulan y difunden todos los medios de comunicación —incluidos, por supuesto, los medios informativos que muestran la «realidad»—.

Como es obvio, interpretar la cultura como un terreno inestable encima del que se asienta cualquier tipo de discurso sobre violencia sexual exige posicionarse acerca del poder. En una economía de la credibilidad, el poder se ejerce bajo infinidad de formas. Así, existe el poder jurídico, aplicado en relación con las denuncias y leyes; está el poder económico, propio de las empresas mediáticas de índole privada que difunden las disputas por la credibilidad; y está también el poder representativo, responsable de garantizar lo que Patricia Hill Collins (2008) denomina «imágenes controladoras» de las mujeres y las personas de color que afectan a cualquier forma mediática. Una vez más, los estudios culturales nos ayudan a entender cómo funciona el poder en relación con los casos de violencia sexual: como señala McRobbie —en diálogo con Hall y su contribución a los estudios culturales—, «el poder actúa del modo más eficaz cuando se despliega de manera articulada, entablando vínculos en los campos más diversos y alejados mediante una suerte de proceso aglutinante que consiste en negociar, hacer

ciertas concesiones e incluso aceptar pactos —concebidos como retiradas tácticas— que le permitan afianzarse» (2005, p. 3; véase asimismo Foucault, 1980). Esta articulación se lleva a cabo a través de plataformas mediáticas bajo la forma de argumentarios jurídicos y relatos filosóficos, cuya función consiste en «servir de pegamento» no solo para las relaciones de poder, sino sobre todo para la visibilidad mediatizada de la violencia sexual propia de nuestra cultura en el momento actual, es decir, durante el contexto de la crisis de la posverdad, la construcción histórica de sujetos cuestionables y una economía de la credibilidad.

LA «CRISIS» POSVERDADERA

Desde los primeros compases del siglo XXI, han venido apareciendo multitud de libros, artículos y columnas de opinión que pretendían criticar la noción de posverdad; a ellos pronto se sumaron otro montón de trabajos que intentaban justo lo contrario: expresar una crítica hacia las voces críticas con esa misma noción. No albergamos, como es obvio, la más mínima intención de abordar este paisaje espinoso. En su lugar, nos gustaría subrayar un elemento concreto de la idea de posverdad que aún no se ha analizado hasta la saciedad: la visibilidad pública de los testimonios sobre violencia sexual que han logrado eclosionar justo en el momento en que los discursos sobre algo llamado «posverdad» alcanzaban su máxima resonancia. Una vez más, debemos preguntarnos: ¿cómo se interpreta el hecho de que, en el mismo momento en que —ciertas— mujeres sienten el suficiente arrojo como para hablar en público sobre las agresiones sexuales que han sufrido y logran cierto grado de reconocimiento, asistamos a un malestar creciente con respecto al estatus de las «verdades» públicas o los distintos roles que deberían —o no— desempeñar los hechos a la hora de negociar las verdades públicas —sobre todo, en los medios y a través de ellos—?

Se ha vuelto una auténtica perogrullada recalcar que toda la retórica y los discursos en torno a la posverdad no tienen nada

de «nuevo», pese al derroche de atención intelectual que vienen suscitando en los últimos años. A fin de cuentas, la verdad y el poder están emparentados por definición (Harsin, 2018; Foucault, 1980). Al desplazar el foco desde la verdad a la credibilidad, lo que pretendemos es replantear la crisis provocada por la «posverdad» como una crisis de la subjetividad y no tanto de la epistemología. Más concretamente, postulamos que la idea de «posverdad» constituye una valiosa herramienta para ilustrar el modo en que se representa la violencia sexual a través de prácticas mediatizadas; de este modo, demarcar la «posverdad» en relación con la credibilidad nos conmina a cuestionar por qué narices la noción de posverdad se vive como una «crisis» en el preciso momento en que empiezan a brotar tantos actos disruptivos capaces de hacer mella en —y por medio— de esas prácticas mediáticas, lo que incluye, por supuesto, el movimiento #MeToo pero también otras cuantas iniciativas de osada sinceridad como #LivingWhileBlack (Williams, 2020). Al adoptar este punto de vista, estaríamos re-frendando las críticas antirracistas que explican hasta qué punto esa idea de «posverdad» no es sino la realidad con la que, toda la vida, han tenido que lidiar los sujetos marginados. Al mismo tiempo, estas críticas recuerdan que el concepto «posverdad» describe a la perfección cómo viven esa crisis de la credibilidad las personas que, a lo largo de la historia, han estado en situación de establecer la verdad e imponerla dentro de la esfera pública (Mejia *et al.*, 2018; Mukherjee, 2017).

Acerca de esta cuestión se han venido pronunciando autoras como Mejia, Beckermann y Sullivan (2018) o la propia Mukherjee (2017) al hilo de sus trabajos sobre la historia racial que subyace al momento posverdadero. Mejia y su equipo, por ejemplo, ponen en entredicho el supuesto carácter novedoso de la idea de posverdad exponiendo, con todo lujo de detalles, diferentes prácticas racistas procedentes de los Estados Unidos. Su análisis subraya la importancia que, durante mucho tiempo, tuvieron los distritos segregados, los planes educativos discriminatorios y otras exigencias económicas a la hora de confinar la vida de personas como indígenas o negros en el reino de la eterna posverdad. Por su parte,

Mukherjee, al referirse a los bulos del —por aquel entonces— presidente Donald Trump y a los consigüentes zascas que los fueron desmontando tras verificar los datos —con la ayuda de políticos y analistas—, porfía en esta misma idea: las políticas ligadas a la idea de posverdad no son un nuevo fenómeno. En todo caso, son un fenómeno «fresco» para la gente que ocupa algún puesto de poder y privilegio; pues, en términos históricos, «la genealogía de escalafones raciales —por no decir racistas— y epistémicos se ha obstinado con uñas y dientes, por muchas pruebas en contra a las que nos aferremos, en ordenar las verdades y los hechos en torno a categorías cuyo poder y saber tenían un sesgo racial». Guiadas por esta clase de críticas, habría que puntualizar que dichas categorías también muestran un sesgo de género. Vemos, pues, la confluencia del movimiento #MeToo y la crisis que ha traído la noción de posverdad como algo muy importante: el quid de estos dos asuntos nos enfrenta a la pregunta de quién debe ser creído, en qué casos y por qué.

Dicho esto, tenemos la convicción de que esta última pregunta hay que llevarla más lejos. A diferencia de lo que sucede con las posibilidades de alzar hoy la voz en público sobre una agresión sexual —que se han venido ampliando con el auge del #MeToo—, la violencia sexual *como tal* se construye y alimenta dentro del marco de la posverdad. Por poner un ejemplo, el término cultura de la violación describe todo un andamiaje histórico de significados que permite, no solo fabricar —esto es, manosear— el consentimiento de manera habitual, sino, ante todo, restarle importancia o devaluarlo en nuestra vida íntima. Tal como expondremos en el segundo capítulo, no se trata simplemente de que los hombres culpables de una agresión sexual se sientan autorizados a mentir sobre sus actos o a hablar de un consentimiento que nunca se ha producido; el problema adicional es que están legitimados, por su base cultural, para que el consentimiento *les resbale* por completo —pues lo entienden como una cuestión menor en la manifestación cotidiana de su sexualidad (*cf.* Durham, 2021)—. Por eso empleamos el término «cultura» al hablar de violación: no lo hacemos con la idea de designar un entorno donde se ensalce o se acepte una agresión

similar —si de buenas a primeras, preguntáramos a alguien si está dispuesto a «violar», todo el mundo nos dirá que lo encuentra abominable e incompatible con la vida en sociedad—. La médula del concepto radica en que nos permite avanzar en el proyecto de volver inteligibles un cúmulo de experiencias *en forma de violación*, lo que nos equivale a mostrarlas como formas de violencia.

Digámoslo de otro modo: la violencia sexual no es sino uno de esos «hechos» que la Historia ha separado de la noción de verdad; es decir, que se ha ido presentando por caminos que refuerzan de manera radical su carácter contingente, sus puntos indemostrables y su eterno carácter sospechoso. Como iremos exponiendo a lo largo de estas páginas, lo anterior ha sido válido de maneras tan distintas como diversas han sido las particularidades de cada agresión sexual: al fin y al cabo, ni las experiencias individuales de este tipo de violencia, ni el estatus de agresión como algo siempre violento, ni la consideración de la violencia sexual como un fenómeno sociopolítico —no solo personal— se dejan apresar bajo la categoría de lo puramente «fáctico», dado que estos tres aspectos proyectan su innegable contingencia sobre el testimonio de las mujeres y convierten estos últimos en un permanente motivo de duda. Esta sensación constante de «indeterminación» es lo que emparenta, de un modo más claro, los dilemas propios de la cultura de la violación con los de la posverdad y lo que presenta, dicho sea de paso, este último concepto como la realidad histórica que todavía padecen tanto las mujeres como otros sujetos marginados.

GENTE POCO DE FIAR

Los estudios jurídicos de inspiración feminista resultan de una ayuda inestimable a la hora de comprender qué entiende la ley por violencia sexual y cuáles son los patrones que emplea para medirla. Por desgracia, pese a las aportaciones de esta clase de estudiosas, estimamos que el alcance de los discursos jurídicos resulta muy limitado a la hora de desmontar el machismo y el racismo estructurales. Por ejemplo, las leyes de los Estados Unidos se

definen a sí mismas en calidad de «imparciales» —cualquier persona, en principio, es igual ante la ley—. A tenor de este discurso, cuya legitimidad ratificaría el Estado, en presencia de la ley nos hallamos despojados de cualquier rastro de historia, cultura, raza, género u orientación sexual. Todas nuestras diferencias resultan irrelevantes a la hora de reclamar nuestros derechos. Pero es obvio que, en los Estados Unidos, estos postulados liberales se apoyan en algunas de las formas de poder más importantes de esta sociedad (cf. Davis, 1983; MacKinnon, 1991; Brown, 1988; Williams, 1991; o Crenshaw, 1991, entre otros). Es decir, que la noción liberal de igualdad ante la ley se encuentra ratificada en virtud de esas dinámicas que gobiernan el poder en relación con la raza, el género o la clase social.

Pese a la importancia de esta clase de limitaciones, que muestran lo inadecuado de pretender acabar con la violencia sexual por la vía de la ley, la mentalidad jurídica continúa dominando los modos de definir este tipo de violencia. Una de las críticas más habituales que se suelen proferir contra el movimiento #MeToo —y, por ende, contra el nuevo tipo de credibilidad que ha traído consigo— consiste en lamentar que las denuncias públicas por violencia sexual socaban la autoridad del sistema de justicia, entendido como el lugar «adecuado» para evaluar las querellas de este tipo, dirimir cuáles han sido los daños causados —ahora criminalizados— y dictar las penas correspondientes. Esta clase de discursos acostumbra a emplear expresiones como «justicia sectoria», «actitud revanchista», «tribunales de las redes», «ajusticiar en la plaza del pueblo» o incluso «juicios en Twitter» con el fin de presentar la credibilidad mediatizada como un condicionante que impone a los hombres denunciados cierta desventaja estructural.

Los estudios jurídicos feministas, y más en particular sus argumentos sobre la importancia de la «credibilidad» en relación con la duda o el consentimiento, perturba poderosamente cualquier visión de la ley como una fuerza «neutral» o un terreno de juego regido por reglas imparciales. No en vano, las definiciones de consentimiento ocupan el lugar central en los planteamientos vinculados con la cultura de la violación. De hecho, el término «cultura

de la violación» vio la luz en 1975 a raíz de un documental homónimo que presentaba los vínculos existentes entre —o desde— el patriarcado, la violencia sexual y los productos de entretenimiento mediáticos que blanquean la violación (Lazarus y Wunderlich, 1975). Durante las décadas de los años 70 y 80 en los Estados Unidos, numerosas teóricas feministas fueron ampliando el concepto al conectarlo con diversas normas patriarcales y jurídicas. Como bien ha señalado Catharine MacKinnon (1991), la figura legal de consentimiento da por hecho que este último puede darse de manera libre entre dos sujetos liberales. Por desgracia, enfatiza la autora, la subjetividad liberal no es un concepto labrado a partir de condiciones libres o iguales. Cuando el descriptor mujer se encuentra, ya de antemano, subordinado al de hombre, la mera idea de consentimiento queda desprovista de significado. Las mujeres serían objetos frente a los hombres-sujetos, y tan solo los sujetos están en disposición de dar su consentimiento (MacKinnon, 1991). Por su parte, Susan Brownmiller (1991) subraya la idea de que toda violación es una muestra de poder y violencia, nunca de deseo sexual. En el contexto actual, tal vez espoleados por la fuerza del #MeToo, se han venido publicando numerosos libros dedicados a estudiar la relación entre la ley y la violencia sexual. Entre estas obras se incluyen, por ejemplo, *Tainted Witness*, de Leigh Gilmore (2017) o *Credible: Why We Doubt Accusers and Protect Abusers*, de Deborah Tuerkheimer (2021). Esta última, en concreto, pone encima de la mesa una interesante idea al estudiar los discursos legalistas sobre violencia sexual: el llamado «complejo de credibilidad», un conjunto de vectores que no solo modifican nuestros actos sino también nuestra propia subjetividad. Sería, pues, este «complejo» lo que sitúa a la mujer como alguien poco creíble, justo al contrario que el hombre. «Cuanto más vulnerable es una mujer, más duramente se ve socavada su credibilidad; en cambio, en el caso de los hombres, cuanto mayor es su estatus o su posición, más se beneficia de esta clase de refuerzos positivos en su credibilidad» (2021, p. 3). Por este motivo, las teóricas del derecho feministas llevan tiempo subrayando que, dentro de un tribunal, la «verosimilitud»

de un testimonio cualquiera «no se funda en hechos sino en el poder» (Gilmore, 2017, p. 15).

Llegadas a este punto, nos conviene recordar los denodados esfuerzos de muchas intelectuales negras —tales como Angela Y. Davis, Kimberlé Crenshaw, bell hooks, Cheryl Harris, Audre Lorde o Patricia Williams— por desmontar la tesis que ve en las intervenciones legales y carcelarias una herramienta útil para hacer justicia en los problemas de género y raciales. A juicio de estas autoras, muchas tesis académicas pecan del mismo defecto: se empeñan en aplicar un rasero liberal e individualizador a la hora de comprender el sujeto femenino. Sin embargo, como ya hemos señalado, esta base liberal, junto con sus postulados acerca de la persona y su puesto ante la ley, presupone de antemano la violencia y la exclusión. En resumen: las teóricas feministas que se ocupan del derecho nos proponen alcanzar una mirada más amplia de lo que es una mujer y cuál es su relación con los aspectos legales de la violencia sexual. Hablamos de una cuestión que Rana M. Jaleel expresa de maravilla en su obra *The Work of Rape*:

¿Cómo nos referiremos a las transgresiones sexualizadas cuando nuestro cuerpo mismo, esa verdad desnuda sobre la que se infligen tamañas salvajadas, o las ideas heredadas de credibilidad —todo ese entramado liberal sobre el que se va tejiendo nuestro interés corpóreo por otro ser humano— se forjaron en piras incendiarias avivadas por grilletes, por el mercadeo de esclavos, por la usurpación de tierras o el saqueo de los bienes de tantísimas personas? (2021, p. 6)

En esta misma línea, Imani Perry insiste en la idea de que el propio liberalismo se basa en un concepto de persona que excluye, de forma expresa y estratégica, a distintos colectivos, como los esclavizados. Como recalca esta autora (2018), retirar a estos sujetos la condición de persona resulta crucial para preservar el patriarcado (véase asimismo Brown, 2019). Este tipo de relatos, pese a toda la retórica actual sobre la diversidad, la socie-

dad inclusiva y la expansión de derechos, se encuentran emparentados con las figuras jurídicas de nuestro tiempo presente y con su manera de delimitar o categorizar qué entendemos por «persona».

Si algo nos enseña este tipo de experiencias —al igual que el feminismo actual más activista— acerca de la violencia sexual y machista es que las feministas han adoptado siempre una actitud *ambivalente* sobre la eficacia de la ley para lidiar con las complejidades que suscita la violencia patriarcal y su potencial dañino. Las teóricas feministas han ido desmenuzando cada uno de estos conceptos —consentimiento, procedimiento legal, duda, convicción y hasta credibilidad—, con frecuencia presentados con la ayuda de planteamientos legales —o, cuando menos, en su relación con estos—. Sin embargo, la realidad nos demuestra que este tipo de herramientas dan la espalda a las mujeres donde tendrían que apoyarlas y fracasan de una forma vergonzante con los grupos marginados —las mujeres de color, pero también las mujeres trans, las personas *queer*, las trabajadoras sexuales y las mujeres criminalizadas—.

Por supuesto, el derecho no es el único lugar donde se van dirimiendo este tipo de disputas. De algún modo, que nuestro momento histórico nos obligue a convivir con la idea de posverdad implica que las mujeres y otros grupos marginados se han venido construyendo —y se siguen percibiendo— como «sujetos dudosos». Sus verdades no han dejado nunca de ponerse en entredicho, cuestionarse u objetarse, cuando no se las tildaba de «vivencias» subjetivas, en abierta oposición a los «hechos» objetivos. La duda ha sido, por tanto —como desarrollaremos durante el tercer capítulo—, un mecanismo crucial para desacreditar a todas esas mujeres que acusaban a los hombres de alguna agresión sexual —por supuesto, en los juzgados, pero también en la esfera de los medios—. Por este motivo, otras corrientes feministas han volcado sus esfuerzos en las representaciones de la violencia sexual en los medios y en su potencial impacto sobre la fabricación de conceptos sociales como género o raza.

Las razones anteriores son las que nos han llevado a orientar este trabajo en un sentido distinto. En concreto, a la hora de teorizar la problemática de la violencia machista y racista, sugerimos desplazar nuestro interés del polo epistemológico —las «verdades» singulares— a la cuestión subjetiva —en sentido literal, no como un relativismo— de la credibilidad. Una razón de peso para este cambio de rumbo radica en que, en ningún caso, la «verdad» de la violencia sexual es de índole singular, ni en un juzgado penal ni en la esfera de los medios. En las páginas que siguen, asociamos a esta clase de violencia una facticidad *múltiple*. Así mismo, los distintos testimonios de la violencia sexual pueden resultar creíbles o dudosos por *múltiples* razones. En concreto, cada vez que una persona declara públicamente haber sufrido una agresión sexual, el concepto de creencia nos propone, en principio, tres opciones: entender la violencia sexual como una *experiencia personal*, comprenderla como una *fuentes de daño* o concebirla, por fin, como un *fenómeno estructural*.

Veamos un ejemplo en el que este valor múltiple se observa con claridad. Pero, antes de presentarlo, señalemos de antemano que el caso encarna a la perfección una controversia típica: el suceso percibido «con los ojos del cuerpo» que, de buenas a primeras, la denunciante pretende hacer valer ahora como una verdad individual (Arendt, 2006, p. 227, citada por Hyvönen, 2018, p. 35). Nos referimos al caso de la denuncia emitida por Christine Blasey Ford contra el magistrado del Tribunal Supremo de los EE. UU. Brett Kavanaugh, cuya acusación toma la siguiente forma: «Una noche, a comienzos de los años 80, el acusado Brett Kavanaugh, en estado de embriaguez, me arrastró hasta una habitación, atrancó la puerta, se me abalanzó hasta yacer sobre mí e intentó quitarme la ropa». Sin embargo, en paralelo a esta reivindicación de los hechos ocurridos, se defiende otra cuestión: presentar la situación como un caso vejatorio del cual sería responsable el sujeto denunciado. Este es el meollo del asunto cuando lo que está en juego es dictaminar si nos hallamos ante un caso de violencia sexual. De este modo, en el ejemplo anterior, la segunda afirmación podría formularse así: «Los sucesos ocurridos revisten un perjuicio para mi persona

en virtud de causas moralmente inaceptables cuya responsabilidad recae, de forma exclusiva, sobre el señor Kavanaugh». Por último, junto a estos dos argumentos, se plantea otra disputa en torno a la relación de la violencia sexual como un hecho sociopolítico, es decir, como expresión genuina del heteropatriarcado blanco y del capitalismo —que ilustra a la perfección la manera en que se viven cuestiones como el género o la raza en el contexto actual—. Aquí estaríamos hablando de la violencia sexual como una forma de verdad pública; uno de esos «hechos compartidos» que condicionan de lleno nuestra búsqueda de la justicia social y la mejora democrática (cf. Hyvönen, 2018 en su diálogo con Arendt, 2006). En el caso de Blasey Ford, esta convicción cabría expresarla del modo siguiente: «La experiencia concreta que acabo de presentar, relativa a estos sucesos que atañen a este hombre en particular, resultan creíbles en el contexto de la realidad social que compartimos». Esta apuesta más implícita por la credibilidad trata de asentar el carácter fáctico de la violación al enmarcar el suceso en el contexto de un mundo de hechos compartidos, lo que se parece mucho a los testimonios interconectados del movimiento #MeToo. Lo que ocurre es que este último argumento nos obliga a disputar una vez más los hechos. ¿Es acaso verosímil que Kavanaugh —un varón blanco, rico y exitoso que se ha labrado una imponente carrera en el mundo del derecho y la justicia— perpetrara tales actos de violencia? Que decidamos, o no, creer lo que afirma Ford depende, en última instancia, del grado de coherencia que encontremos en los hechos de la presunta agresión en relación con lo que hemos designado los «hechos compartidos» de nuestro entorno social —y, por tanto, con el eco que produce un testimonio concreto en resonancia con otros—.

Siempre que se ejerce alguna fuerza, se producen resistencias. Y en las luchas por la credibilidad, esta tensión reactiva se presenta como duda. En el seno de un juzgado, la noción de «duda razonable» constituye nuestra vara de medir para establecer la culpa: la labor de la defensa consiste en reforzar estas dudas; el trabajo de la parte acusadora, en despejarlas por completo. Dentro de una economía mediática de la credibilidad, la duda desempeña con fre-

cuencia un papel muy similar: se emplea a modo de excusa para sacar adelante las verdades que nos gustan. Sería esa suerte de cuña que deja abierta la puerta para que se cuele aquello que preferimos creer. En el caso de los tribunales, este tipo de «verdades predilectas» encuentran su expresión técnica en el concepto de presunción de inocencia. En cambio, en el mundo de los medios, se definen en función del poder socioeconómico. En cualquier caso, rara vez tales verdades se hacen cargo de los hechos disruptivos y dañinos que determinan la suerte de los grupos oprimidos. Si lo miramos así, la duda acaba otorgando ventaja a los poderosos y lastra a los desvalidos.

Cada vez que un sujeto marginado trata de participar del discurso «verdadero» que mueve la esfera pública, la duda se convierte en el obstáculo al que se debe enfrentar —y no de forma puntual, como vemos, sino en todo momento—. Por si esto fuera poco, cuando el tema del que hablamos es la violencia sexual, el peso que soportan las mujeres y los demás sujetos cuestionados al cargar con estas dudas se duplica, pues la cultura de la violación hace todo lo posible por garantizar que la violencia sexual quede emplazada en el reino de la posverdad —es decir, que se encuentre sujeta, sin excepción, a la incertidumbre y la indeterminación—. Pero aún hay algo peor: como iremos exponiendo a lo largo de la obra, la duda puede activarse por un montón de caminos, lo que obliga a desplegar otros tantos mecanismos con tal de desactivarla. Así, cuando una forma de duda no permite al agresor salirse con la suya, pronto otra versión distinta acude a relevarla. Por ejemplo, las evidencias empíricas —como una fotografía o un testimonio ajeno— tal vez nos obliguen a admitir que cierto encuentro sexual «realmente» tuvo lugar, pero entonces las preguntas vuelven a la carga: *¿de verdad* actuó ella en contra de su voluntad? ¿Los actos del acusado fueron *tan* lesivos como se los pinta? ¿Se aprecia aquí violencia *en realidad*?

Como vienen registrando muchas intelectuales, el movimiento #MeToo y su mérito a la hora de dar visibilidad a todas esas mujeres que acusan a los hombres de acosarlas o agredirlas sexualmente, trae consigo la posibilidad de equilibrar la balanza a la hora de

aplicar el «beneficio de la duda» en los casos de violencia sexual —arrebataando un recurso a muchos tíos poderosos que se debería emplear con quienes suelen pagar sus abusos de poder (Boyle, 2019; MacKinnon, 1991; Durham 2021, etc.)—. Como se podrá apreciar, la mayoría de los casos expuestos en estas páginas presentan a peces gordos que «se esfuerzan por vendernos su versión» con un grado de vehemencia sin precedentes históricos. Y, aun así, como ya hemos mencionado, a pesar de estos avances —sin duda, muy importantes— siguen siendo las mujeres y los seres marginados quienes «cargan con la duda» cuando acusan a estos hombres de alguna agresión sexual, ya que sus acusaciones ponen en tela de juicio las ideologías y prácticas que se han ido destilando en la construcción de géneros, relaciones de poder o multitud de artimañas cultivadas por las élites para gozar de total impunidad. Todo este montón de ideas y actitudes heredadas que nos permiten hablar de «sujetos cuestionables» se observan con nitidez en una economía de la credibilidad.

LA ECONOMÍA CREDIBILISTA

El concepto que da título a este epígrafe es una propuesta *ad hoc* que pretende situar, en nuestro análisis crítico, los problemas que reviste superar el machismo o el racismo en la cultura mediática al entablar una lucha por la credibilidad. En el siglo XXI, las representaciones de la violencia sexual que nos ofrecen los medios se ven apuntaladas por la renovada visibilidad que concede el auge del feminismo, pues cada vez son más los aportes feministas de gran popularidad que se han ido transmitiendo en el campo de los medios (Banet-Weiser, 2018; Rottenberg, 2018; Orgad y Gill, 2022). En un trabajo anterior (Banet-Weiser, 2018) en torno a la relación entre el machismo corriente y el feminismo de masas, se hace alusión a la idea de una *economía de la visibilidad*, entendida como el contexto actual que promueve las imágenes, expresiones y actitudes de un feminismo masivo fácil de sobrellevar y de sabor agradable, ya que aporta confianza y resulta empoderante. Dentro de

esta economía, el feminismo masivo nace y muere en proporción a su visibilidad: ser visibles se convierte, así, en un fin y deja de ser un medio para lograr otra cosa —la transformación social—. Esto es así hasta tal punto que, en el momento actual, asistimos a un fenómeno que el teórico Herman Gray (2013), especialista en cultura mediática, denomina un «llamamiento a la visibilidad». Lo que este autor se pregunta es qué puede deparar una obsesión semejante cuando las estructuras sociales que la han motivado se ven trastocadas. Por ejemplo: si apreciamos que en los medios aparecen cada vez más personas de color, pero, simultáneamente, se recrudecen los casos de agresiones racistas en nuestra vida diaria, ¿qué debemos concluir? Por decirlo de otro modo: ¿esta «sed de reconocimiento» no estaría suplantando nuestros proyectos de mejora estructural por un anhelo egoísta de éxito individual?

La economía de la visibilidad se observa de un modo espectacular en el impacto global del #MeToo. Como este movimiento se canaliza a través de los mismos circuitos que dan visibilidad al feminismo masivo, se maneja de una forma parecida. Los circuitos de visibilidad fomentan y priorizan todos aquellos proyectos que llaman, ya de antemano, nuestra atención —los productos de entretenimiento, los telediarios...— porque han sido diseñados y tallados para asumir *cualquier* foco de espectacularidad. Esta tendencia egoísta es el motivo que explica por qué algunos de los hitos más notables del #MeToo se han acabado situando contra las llamadas a la transformación social que prometían al comienzo. A menudo, la transformación social acaba sacrificada en el altar de la visibilidad, a la que alimenta, y daña, al mismo tiempo, cualquier argumento crítico que intente socavarla (Banet-Weiser, 2018; Boyle, 2019; Phipps, 2020). Además, *esta economía* no afecta exclusivamente a la visibilidad del feminismo masivo, sino que incluye también los resortes desplegados contra dicho feminismo por la vía de un machismo masivo y tentacular. Como se plantea en el libro mencionado más arriba (Banet-Weiser, 2018), el feminismo masivo y el machismo cotidiano son formas especulares, aunque en el sentido irónico de «un espejo deformante» que captara las proclamas y prácticas feministas solo para deformarlas y ponerlas

al servicio de propósitos misóginos. Son esta clase de intercambios, junto al posicionamiento de los usuarios mediáticos en calidad de consumidores individuales y a la difusión sin filtros del feminismo masivo y el machismo popular a través de plataformas en manos de empresas privadas, lo que configura la *economía* de la visibilidad.

Los avances culturales, sociales y tecnológicos de los últimos diez años nos han acercado más que nunca a la posibilidad de equiparar las fuerzas en las denuncias por violencia sexual interpuestas contra hombres poderosos o expresadas en los medios. Los condicionantes culturales que pedían visibilidad para las víctimas de la violencia sexual en primer lugar —y no como una mera representación, sino como una imagen muy acorde con los estereotipos— se han visto socavados gracias a la economía visual del feminismo masivo, pero ¿qué hemos conseguido? La omnipresencia del feminismo también ha despertado muchas reacciones machistas y desencadenado numerosos contrataques, en un montón de sentidos, hacia el propio #MeToo. Uno de estos reproches sostiene que las mujeres que acusan a los varones de alguna agresión sexual, buscan airear el asunto para tenerlo más fácil. Vamos, que ahora las mujeres hacen valer su palabra a pie juntillas y sin más miramientos, saltándose incluso los niveles más primarios de escrutinio racional, con el coste que esto implica en la integridad de la «verdad» en la esfera pública. Argumentos como estos nos demuestran hasta qué punto la fabricación de dudas se encuentra relacionada con la misoginia cotidiana. En lo que sería una nueva muestra de este «espejo deformante», se nos intenta vender que hoy los hombres son las víctimas de procedimientos laxos por parte de los jueces e incluso las presas de una nueva caza de brujas. Ante un panorama semejante, es preciso subrayar que el discurso verdadero no es algo que las mujeres hagamos, sino algo que se conquista, pues la credibilidad es un activo que se obtiene con esfuerzo, dinero y seguridad —aunque, también, es un activo de lo más volátil—.

Si entendemos la credibilidad como un bien, entonces formaría parte también de una economía cultural concreta. En este sentido,

debemos ubicar los análisis referentes a una economía de la visibilidad en paralelo —y en íntima conexión— con una *economía de la credibilidad* que nos permita profundizar en las políticas de género y raza que subyacen a la violencia sexual. Y, al igual que ocurre con cualquier economía de la visibilidad, su homóloga relativa a la credibilidad constituye un entorno afectivo y epistémico que permea sin excepción a los sujetos y condiciona su acceso o disfrute de la credibilidad de manera injusta al disputar las verdades o los hechos en la esfera pública. Como sucede con cualquier economía, la posición de los sujetos en la economía de la credibilidad es el resultado de esfuerzos y recursos que guardan, a menudo, una relación de proporcionalidad inversa: cuantos más recursos tiene alguien —lo que incluye, entre otras cosas, muy diversas e imbricadas formas de capital social, cultural y económico, al igual que privilegios estructurales asociados al género, la raza, la clase social, etc.—, menos tiene que esforzarse para granjearse el acceso a la credibilidad en este entorno económico, y viceversa. Ciertas verdades, junto con sus portavoces, se convierten en el centro de todas las miradas por un millón de razones: ya sean cuestiones históricas —tal vez siempre han ocupado un lugar preponderante—, estructurales —son piezas valiosas para los medios privados— o epistemológicas —se mueven en la longitud de onda de otras ideas asentadas que afectan a la subjetividad o la universalidad, si no coinciden con ellas— (cf. Fricker, 2007).

Así pues, una economía de la credibilidad no comprende únicamente las representaciones de la violencia sexual, sino también los esfuerzos necesarios para *resultar creíbles*, así como los recursos que se asignan de manera desigual en función de nuestra posición cultural o de nuestra identidad. Estos esfuerzos y bienes son la base de nuestra acepción bicéfala de la credibilidad, pues apuntan al flanco performativo —nuestro esfuerzo— y a la subjetividad —nuestros recursos—. Sin perder de vista la importancia de las fuerzas tecnológicas y culturales que se dan cita en los medios a la hora de negociar la credibilidad, en los próximos capítulos nos proponemos hurgar en nuestro pasado histórico con el objetivo de ofrecer una mirada crítica del importante papel que desempe-

ña la comunicación mediatizada a la hora de (re)negociar la verdad y, por ende, la credibilidad —en especial, cuando hablamos de violencia sexual—. Para ello, centraremos nuestro análisis en una gama muy amplia de productos mediáticos como películas, programas televisivos, plataformas digitales, canciones populares, aplicaciones, accesorios tecnológicos, *podcasts*, artículos y emisiones periodísticos, anuncios o memes.

En concreto, la estructura de este libro responde a la intención de abarcar todos aquellos aspectos que, aun distintos, se encuentran relacionados dentro de la economía de la credibilidad. Cada una de estas cuestiones apela, al mismo tiempo, a los dos polos —performatividad y subjetividad— mencionados de la credibilidad, aunque con distinto énfasis. Así pues, en esta investigación acerca de las campañas y producciones mediáticas, así como del mercado de antiviolencia sexual, los primeros dos capítulos estudian las labores y los bienes que conforman el sustrato material de la economía de la visibilidad; y los últimos dos priorizan las consecuencias de dicha economía e investigan los métodos ambivalentes que han permitido a la esfera digital obrar un desplazamiento en la definición y la circulación de la duda en relación con la violencia sexual, lo que traerá a colación las fuerzas opuestas que actúan en este terreno y dan pábulo a la idea de quién debe ser creído o por qué. Cuando hablamos de los medios, sin mayores matices, aludimos al contexto en el que se desarrolla la economía de la credibilidad. Así pues, estos no son meramente un sistema de representación o un mercado, sino también el andamiaje y el conjunto de elementos tecnológicos que forman el cuadrilátero sobre el que se da el combate —y se apuesta— por la credibilidad. Por consiguiente, otorgamos una enorme relevancia a los medios digitales. Esto es así, sobre todo, por motivos culturales, pues esta clase de medios se nos muestra como el espacio que nos permite pelear por la posibilidad de un «discurso fidedigno» si obtenemos la victoria en sucesivas contiendas por asuntos como la autenticidad, el reconocimiento o la persuasión.

A lo largo de los siguientes capítulos, analizaremos distintas facetas de la cultura digital en el momento presente. En este sentido,

un entorno capital en la economía credibilista actual corresponde a las redes sociales, algo que afecta al #MeToo y a otras formas de activismo feminista basadas en *hashtags*, que fomentan la visibilidad de los casos de violencia sexual. En el presente trabajo no solo desmontaremos esos discursos que achacan a corrientes semejantes supuestos «linchamientos mediáticos», sino que expondremos de manera detallada cómo son esos fenómenos antes, durante y después. De esta manera, trataremos de arrojar luz sobre la buena —o mala— circulación que presenta la credibilidad en el tribunal mediatizado de la opinión pública y de aclarar en qué caso los medios aprovechan —o arruinan— las nuevas ocasiones que se les presentan para otorgar mayor autoridad a las mujeres y a otros colectivos marginados.

En abierto contraste con algunos de los relatos dominantes —utópicos y distópicos— en torno a la emancipación política, nos mostramos cautelosas a la hora de establecer hasta qué punto corrientes como el #MeToo —al igual que los cambios, tanto estructurales como intelectuales, que han nutrido este fenómeno y enmarcado su resaca cultural— representan un giro definitivo para la economía de la credibilidad vinculada a la violencia sexual. Pues lo cierto es que los medios digitales, lejos de dar visibilidad a todas las situaciones de forma irrestricta, realzan *ciertos* mensajes concretos o prácticas específicas hasta hacerlas populares (Banet-Weiser, 2018). Como bien señala Nalanthi Hewa (2020), el elemento crucial en que debemos fijarnos a la hora de estudiar alguna agresión sexual no son las mujeres que dan un paso adelante y nos cuentan su experiencia en alguna red social, sino lo que les sucede a sus testimonios en cuanto lo hacen. Pese a todo, la metáfora que muestra las redes como un espacio «público» sigue gozando de buena salud, por muchas evidencias que se hayan acumulado sobre el uso codicioso de las grandes tecnológicas en relación con los datos de usuarios, la censura inaparente y el racismo o el machismo que «destilan» los algoritmos (Are, 2000; Noble, 2018; Benjamin, 2019; Jackson *et al.*, 2020). En palabras de la propia Hewa:

La metáfora del espacio público resulta inadecuada a la hora de describir hasta qué punto las redes y sus plataformas ocultan tanto —o tan poco— como desvelan. Al mismo tiempo que actúa como un lugar gigantesco, Internet contribuye a restringir el grado de aceptación, fiabilidad y supervivencia de los relatos sobre violencia sexual. La *escena* pública digital —más marcada por los focos y la visibilidad que por la idea de apertura que se espera de lo «público»— no es un lugar favorable para todas las personas ni todos los testimonios, aunque nos permita registrarlos todo, incluso lo más pequeño (2020, p. 4).

Los elementos materiales propios de la tecnología digital condicionan la forma de esos relatos sobre violencia sexual que están en boca de todos. El #MeToo, por ejemplo, como el movimiento digital que es —lo que lo diferencia de su homólogo mucho más comunitario obra de Tarana Burke— recibe un subidón de visibilidad cada vez que algún famoso o personaje de moda lo alimenta con sus tuits (Joyrich, 2019; Boyle, 2019; y otros). Muchos de los *hashtags* que dan visibilidad a la violencia sexual recaen en el ostracismo en cuestión de pocos días (Jackson *et al.*, 2020). Dentro de una economía visibilista, las corporaciones que se ocultan tras las plataformas digitales, como Twitter, Facebook, Instagram y demás, orientan su actividad al lucro y el entretenimiento, de modo que los relatos que mejor se adaptan a sus pretensiones son aquellos que dan más lugar a habladurías (Hewa, 2020; Serisier, 2018; Banet-Weiser, 2018). De nuevo, la credibilidad está tan relacionada con la escenificación como con la subjetividad: ¿cómo de bien ha sabido una persona interpretar su condición de víctima? ¿Ha sido lo suficientemente convincente? Esta clase de preguntas dan a entender que la credibilidad no depende solo de quién nos cuenta la historia, sino de su capacidad persuasiva: «Cuando se pide a las supervivientes que “hagan público su caso”, lo que se les está pidiendo no es simplemente que cuenten su experiencia de violencia o su trauma, sino que aireen su propia individualidad y capacidad para ser creídas» (Hewa, 2020). Como siempre, el potencial políti-

co de la visibilidad goza de un reconocimiento contingente. Al fin y al cabo, ver algo no es lo mismo que creérselo.

En concreto, centramos nuestra atención en la credibilidad como un vector analítico que nos permite teorizar el modo y las formas en que la violencia sexual pulula por las plataformas digitales más mediatizadas. Toda la mitología relativa a la supuesta apertura de dichas plataformas, jaleada por el optimismo tecnófilo empeñado en ensalzar su amplia accesibilidad y disponibilidad, pueden servir para *cuestionar* la credibilidad de las mujeres más que para afirmarla. Como muchas intelectuales y académicas no dejan de señalar, la ideología según la cual «todo el mundo» tiene voz en los medios digitales —una voz que termina siendo oída y atendida— acaba alumbrando quimeras utópicas sobre el poder liberador de la tecnología (*cf.* Couldry, 2010; Kay, 2020). La anterior es una idea que incluso algunas pensadoras feministas han terminado comprando, sobre todo cuando entienden el #Me-Too como un «momento de mayor concienciación», subrayando la importancia que esta mayor publicidad tendría para los relatos y viendo en estos fenómenos una clave para la actuación política (MacKinnon, 2019). A lo largo de este libro, el marco utópico que presenta los espacios digitales como un lugar abierto y transparente se interpreta de manera ambivalente en relación con las víctimas de la violencia sexual: las mujeres se ven obligadas a contar sus historias de un modo convincente si desean que estos relatos circulen por las redes y los medios. Pero es que, además, debido también a esa mirada utópica del asunto, y en virtud de la incredulidad con que suelen acogerse los relatos femeninos, son estos espacios digitales los que acaban demostrando que esa violencia ocurrió: «Hasta a las supervivientes que *carecen* de pruebas en forma de mensajes de texto, conversaciones por chat o correos electrónicos se las llama mentirosas» (Hewa, 2020, p. 4). Por decirlo de otro modo, la propia idiosincrasia de los medios digitales nos demuestra que, si las mujeres no saben sacar partido de este funcionamiento —esto es, no se procuran «recibos» que les sirvan de huellas digitales—, acaban resultando menos creíbles, nunca lo contrario. Como intentaremos demostrar a lo largo de los próxi-

mos capítulos, la visibilidad que ofrecen las plataformas digitales —así como su promesa de encarnar lugares públicos— implica que las víctimas de agresión sexual se encuentran obligadas a recurrir a estos espacios para probar sus relatos y negociar allí su correspondiente valor de verdad. Cada de uno de los capítulos se centra en un aspecto concreto de esta cuestión, y muestra el modo en que subjetividad y performatividad se dan cita al hablar de credibilidad dentro de un entorno mediatizado.

En el primer capítulo, examinamos hasta qué punto los relatos mediáticos de violencia sexual y supervivencia suponen una tarea de obligado cumplimiento para las mujeres que desean ser creídas. Por ejemplo, a través de sus arcos narrativos y sus representaciones, los medios tradicionales como el cine o la televisión nos ofrecen historias de redención, venganza y, de vez en cuando, insignificancia en relación con el tema de la violencia sexual. El contexto del #MeToo no tardó mucho en ser explotado por parte de los tiranos mediáticos, que fagocitaron no solo este movimiento, sino el tema más amplio del hostigamiento y la violencia sexual para integrarlo en su programación. A la luz de estos hechos, emprendemos nuestro análisis examinando la *construcción* representativa de la credibilidad —sobre todo, por lo que atañe al sujeto femenino considerado creíble— en un amplio ramo de producciones y textos mediáticos emergentes, que daremos en llamar los medios del #MeToo. Bajo este término se incluyen un creciente número de guiones televisivos —para series y capítulos— que ponen en primer plano la violencia sexual —lo que Kornfield y Jones (2021) denominan «el #MeToo de la tele»—, así como las campañas de las redes sociales y los reportajes periodísticos presentados. Al recurrir a estos ejemplos, tratamos de subrayar cómo esta clase de medios no sirve únicamente para dar visibilidad al problema de la violencia sexual, sino que también normaliza, por desgracia para las mujeres y otros sujetos marginados, la *obligación de esforzarse* por resultar creíbles si se pretende acceder al discurso verdadero como impone una economía de la credibilidad que coloca a esas personas, por defecto, en el punto de mira de la duda. Contextualizar de un modo adecuado esta clase de artefactos mediáticos y el

esfuerzo que cuesta ser creídos supone un permanente tira y afloja entre la divulgación y el repliegue. En concreto, la importancia de esta primera actitud se ha venido subrayando como un límite importante al luchar por la justicia sexual dentro del movimiento #MeToo; por su parte, la segunda a menudo garantiza que la disputa mediática por la credibilidad no llegue a tener lugar.

Mientras que los artefactos discutidos en el primer capítulo forman parte, sin ningún lugar a dudas, de una economía mediática de mayor calado transmitida a través de diversas plataformas concebidas con fines lucrativos, en el segundo capítulo analizamos de un modo más literal el modo en que estas luchas por la credibilidad han dado lugar a una suerte de *fetichización*. Con este término, queremos pretendemos aludir a todo un mercado de productos y servicios orientados a impedir la violencia sexual, cuyo alcance se ha multiplicado exponencialmente con la relevancia del #MeToo y otros movimientos afines. En lugar de percibir la incredulidad dirigida a las mujeres y sus relatos como un problema *cultural* y *político*, este mercado de la antiviolencia convierte estos testimonios —de un modo muy similar al que se aprecia en la reacción usual a los problemas causados por la desinformación o la manipulación y la posverdad— como una oportunidad para fomentar el consumo tecnológico. De este modo, al escrutar de cerca estos aparatos y aplicaciones, tratamos de poner en entredicho el valor de un mercado que intenta sacar tajada del miedo de las mujeres y les promete, además, que deben hacer acopio del «mayor» y «mejor» número de pruebas posibles de sus experiencias sobre violencia y vejaciones sexuales, ya que así la economía de la credibilidad se acabará poniendo de su parte. Como están diseñados para dar la espalda a las políticas que rigen la noción de confianza y su lugar con respecto a la justicia sexual, estos artilugios *evidencialistas* acaban encumbrando de nuevo la idea de que el mero testimonio de una mujer no puede —ni debe— considerarse una prueba al denunciar una agresión sexual. Por decirlo de otro modo, esta tecnología ofrece una respuesta a los problemas de credibilidad a los que se enfrentan las mujeres y, en el fondo, preserva esa situación con el fin de convertirla en un valor mercantil.

De acuerdo con lo anterior, el mercado de antiviolencia sexual gira en torno a una presunción de duda que, en principio, estas soluciones tecnológicas nos prometerían vencer. Lo cierto es que los ataques vertidos contra el #MeToo tienden a reivindicar que el funcionamiento de los servicios y recursos tecnológicos, sumados a la presencia constante de la violencia sexual en la cultura mediática, estarían decantando la «balanza de la duda» en favor de las mujeres y en contra de los varones. Sin embargo, como exponemos durante el tercer capítulo, estas voces críticas interpretan el fenómeno como una época dorada de los «linchamientos», donde se habría renunciado a luchar por la verdad en términos racionales con tal de hacer cargar a los hombres, de un modo inédito y discriminatorio, con el precio de la duda y la sospecha. Así pues, en las páginas de este tercer capítulo pondremos bajo la lupa las luchas «de carne y hueso» por la credibilidad en relación con los casos de violencia sexual, haciendo un especial hincapié en las denuncias que afectan a hombres conocidos, cuya visibilidad y atención pública es siempre mucho mayor. En este sentido, entendemos las disputas por la credibilidad como una suerte de *pulso* o *contienda* entre dudar o creer, es decir, entre acusar e indultar. Al mirar de cerca estos casos de mayor envergadura, como el que atañe al exmédico del equipo nacional de gimnasia deportiva de los EE. UU. Larry Nassar, al antiguo fiscal general australiano Christian Porter y a Johnny Depp en ese juicio —difundido hasta en la sopa— que comentábamos al inicio, deseamos examinar el ambivalente estatus de la «duda», que en ocasiones actúa como un privilegio —en el caso de los hombres poderosos— y, otras veces, como losa —para las víctimas de esos peces gordos— dentro de la economía de la visibilidad. A modo de respuesta a los lloriqueos constantes que intentan reducir cualquier acusación pública de violencia sexual —en especial, las que se dan en la prensa— a un vulgar intento de «ajusticiamiento» o «linchamiento mediático» opuesto e incompatible con la justicia penal, exploramos la manera tan ambigua en que la duda se está —o quizá no— reconfigurando y cuáles son los usos que esto ha traído consigo en los medios digitales, junto con sus consecuencias para las ideas políticas de sesgo machista y

racista en relación con la violencia sexual. En el contexto de lo que denominamos «digitalización de la duda», descubriremos que esta última fluye de un modo distinto en el caso de aquellas denuncias públicas negociadas dentro de un entorno mediático y para las que se emplean las nuevas formas de evidencia derivadas de las tecnologías digitales.

Por último, el cuarto capítulo trata de sintetizar muchas de las reflexiones de los capítulos previos con la intención de explicar lo que hemos dado en llamar «credibilidad condicional». A este respecto, nuestra tesis es sencilla: cualquier forma de (in)credulidad es siempre *condicional*, pues se asienta en cuestiones que afectan a la subjetividad —es decir, no se trata solo de saber *qué* creemos, sino *a quién*—. En este sentido, estar en disposición de que los demás nos crean —o dejen de hacerlo— se halla muy condicionado por el género y la raza, pero también por otros factores contextuales como nuestra riqueza, fama, reputación o compatibilidad —por lo que atañe a la subjetividad, pero también a nuestra interpretación— con las lógicas comerciales propias de las productoras y plataformas mediáticas. Por medio de casos como el del antiguo estudiante de Stanford Brock Turner, el exaspirante a juez del tribunal supremo estadounidense Brett Kavanaugh, la neoyorquina Amy Cooper —apodada «la Karen de Central Park»— y el célebre músico —a la par que agresor en serie— R. Kelly, cartografiamos el modo en que las disputas públicas por la «verdad» sobre una agresión sexual suelen dirimirse como luchas por una credibilidad que, desde el primer momento y por encima de todo, acaba apelando a nuestras *sensaciones* en lugar de responder a pruebas empíricas. Más en concreto, veremos hasta qué punto estos pulsos por la credibilidad se suelen plantear como problemas de victimismo. Así, son cada vez más los hombres blancos poderosos que se disfrazan de víctimas con tal de proyectar dudas sobre quienes los acusan; pero es que también abundan las mujeres blancas que, históricamente, se han aprovechado de semejante artificio para pasar por encima de personas de color —en los casos más flagrantes, para acusar a hombres negros de una vejación sexual—.

Por todas estas razones, con el presente trabajo tratamos de sumar fuerzas y continuar conversando con el resto de personas que han estudiado el #MeToo y sus consecuencias. Sin embargo, como iremos insistiendo con el paso de las páginas, la importancia de la credibilidad no solo atañe al #MeToo; la cuestión no se reduce a quién creemos y por qué. En realidad, deberíamos tener claro que la credibilidad no puede ser comprendida como mera subjetividad, sino que implica también la performatividad —y, lo que es más importante, entender cómo los medios contribuyen a negociar la relación entre estos dos polos conceptuales—. Si adoptamos este enfoque, lograremos entender la esfera mediática —y, más concretamente, la economía mediatizada de la credibilidad— no solo como el marco capital responsable de que perduren y proliferen los estereotipos o visiones dominantes relacionados con la violencia sexual, sino también como un espacio de posibilidades. Valga esta mirada atenta al funcionamiento de dicho espacio como un motivo de esperanza que contribuya a alumbrar un mundo diferente.

I
CONSTRUYENDO:
LOS MEDIOS DEL #MeToo
Y SUS REPRESENTACIONES DE LA CREDIBILIDAD

Ahora todo es distinto. El *MeToo* ha convertido estos temas en un campo de minas.

Anatomía de un escándalo, 2022

En el fondo, la razón por la que no acudí a la policía fue porque me sentía alguien insignificante.

BOWMAN, 2014

El 13 de septiembre de 2019, se estrenó en Netflix una serie exclusiva de proyección limitada bajo el título *Creedme*. Esta producción, basada en hechos reales, cuenta la historia de una mujer joven estadounidense llamada Marie que, una noche de agosto de 2008, sufre una violación en su propio domicilio, situado en Lynwood (Washington), por parte de un intruso enmascarado. Al contrario de lo que suelen hacer la mayoría de las mujeres, que acostumbran a guardar silencio acerca de lo ocurrido —en especial, de cara a las autoridades—, Marie decide, la mañana posterior al suceso, confiar a sus amistades y parientes adoptivos los hechos que han ocurrido y poner una denuncia ante la policía local. Al principio, el relato de Marie recibe una respuesta seria: se abre una investigación; sus seres queridos se muestran comprensivos y se vuelcan con ella. Pero pronto las cosas se empiezan a torcer. Cada vez que los agentes le piden que cuente de nuevo los traumáticos

sucesos de esa noche, algún detallito cambia. «¿Primero te taparon los ojos y luego te amordazaron... o fue al revés?». La incomprensible conducta de Marie durante los días siguientes a la violación comienza a incomodar también a sus padres. «¿Por qué llamó a todas sus amigas para contarles la violación? ¿Por qué no parece que se haya traumatizado? ¿Y si solo pretendía llamar la atención?». Poco a poco, se va plantando la semilla de la duda hasta tal punto que Marie se acaba cuestionando si la violaron o no. Sometida a la presión de la desconfianza —la suya propia, pero también la de quienes la rodean, incluidos los agentes que recogen sus declaraciones—, Marie se retracta ante la policía, retira la denuncia y termina siendo acusada de falso testimonio. Pierde su empleo, la desahucian, sus amigos le hacen el vacío y llega a valorar la idea de suicidarse. Mientras todo esto sucede, el violador despiadado se va de rositas, y lo vemos perpetrar otra serie de agresiones similares con diferentes mujeres a lo largo de los tres años siguientes.

Creedme, un exitazo de Netflix desde su primer capítulo, ha terminado encarnando a la perfección el fenómeno #MeToo dentro de la cultura popular. Pero no es, ni mucho menos, el único ejemplo de ello. De hecho, no es sino una muestra más de un género floreciente dentro de la esfera del entretenimiento. Otra muestra importante de esta índole corresponde a los capítulos aislados de otras muchas series cuyas historias dan cabida también a la violencia sexual —así, de entrada, cabe mencionar el episodio «Él dijo, ella dijo» (2019), de la *sitcom Brooklyn Nine-Nine*, o «El de los problemas recientes» (2017) en *The Good Fight* (para un estudio más detenido de este tema, véase Kornfield y Jones, 2021)—. En cualquier caso, la médula espinal de este subgénero la conforman un montón de series y películas que, de manera explícita, narran historias vinculadas con la violencia sexual; y muchas urden su trama —y generan su tensión dramática— en torno a la credibilidad. De todas ellas, son muchas las que mencionan directamente en su guion, como sucede en la serie de Netflix *Anatomía de un escándalo* —citada al comienzo de este capítulo—, al movimiento #MeToo. Sin embargo, lo cierto es que todas estas producciones deberían considerarse —tanto por su lugar dentro del mundo del

entretenimiento como, más allá de este, por su condición de productos mediáticos— hijas de un entorno cultural posterior al #MeToo, y esto por razones que no siempre quedan claras. Como bien lo señalara la autora Emily Nussbaum en un artículo titulado «La tele ajusta cuentas con el #MeToo», en los últimos tiempos hemos asistido a «un aluvión de series televisivas que parecían diseñadas como respuesta directa al movimiento #MeToo, pues ponían el dedo en la llaga tocando determinados temas con el propósito, no de consolar ni de motivar a nadie, sino de incomodar» (2019, § 2). Este «ajuste de cuentas» al que alude la escritora se aprecia también en el mundo periodístico, donde son cada vez más los reportajes de investigación, los *podcasts* y los documentales que subrayan el descrédito cotidiano con el que deben lidiar las mujeres y el resto de personas que sufren las vejaciones de hombres poderosos —en el mundo cultural o en las instituciones— como una cuestión central de nuestra vida política contemporánea.

Este primer capítulo pretende aproximarse a estos productos mediáticos, y los entiende no como meros espacios para la representación de lo «inconcebible», sino sobre todo como el lugar donde se manifiestan los esfuerzos y tareas necesarios para *resultar creíbles* dentro de una economía de la credibilidad estructurada por razón de género, raza y dinero. Así pues, analizaremos cómo las mujeres se ven obligadas a esforzarse cada vez que pretenden gozar de credibilidad con respecto a una agresión sexual, entendida no solo como un acontecimiento histórico —algo que «realmente» sucedió— sino, ante todo, como un hecho moral —algo que, «en realidad», es o fue vejatorio o violento—. Ubicamos esta clase de tareas dentro de un contexto cultural posterior al #MeToo, pues es allí donde la dimensión subjetiva de la credibilidad —esto es, la cuestión de *quién* merece nuestra confianza— queda en entredicho y desestabilizada, al tiempo que el trabajo de la credibilidad —es decir, la faceta más bien performativa que nos lleva a preguntar *qué aspecto tiene* lo verosímil— no deja de moldearse tanto en los medios como por medio de estos, pues actúan como escenario para la inmensa mayoría de disputas por la verdad cuando lo que está en juego es la violencia sexual. Con el fin de arrojar luz sobre