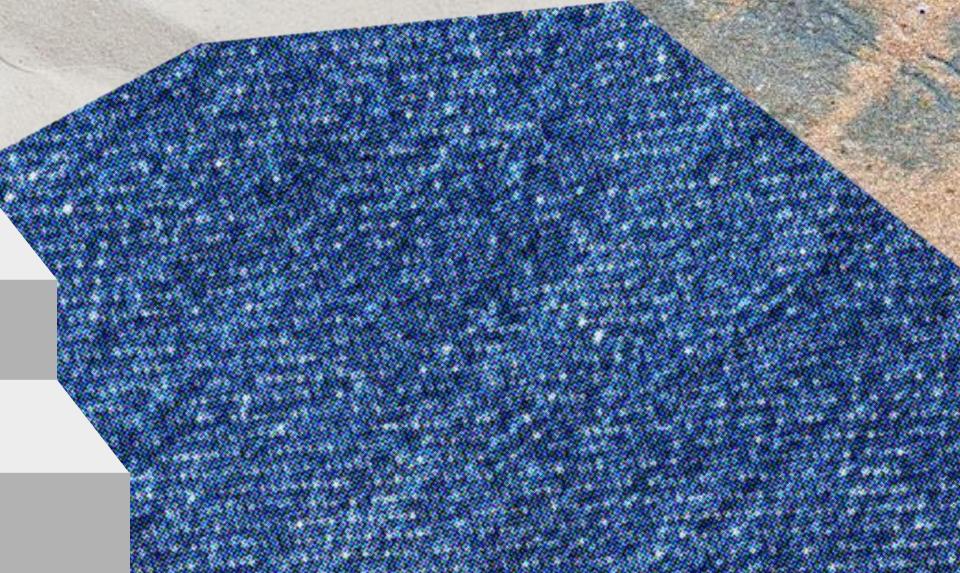
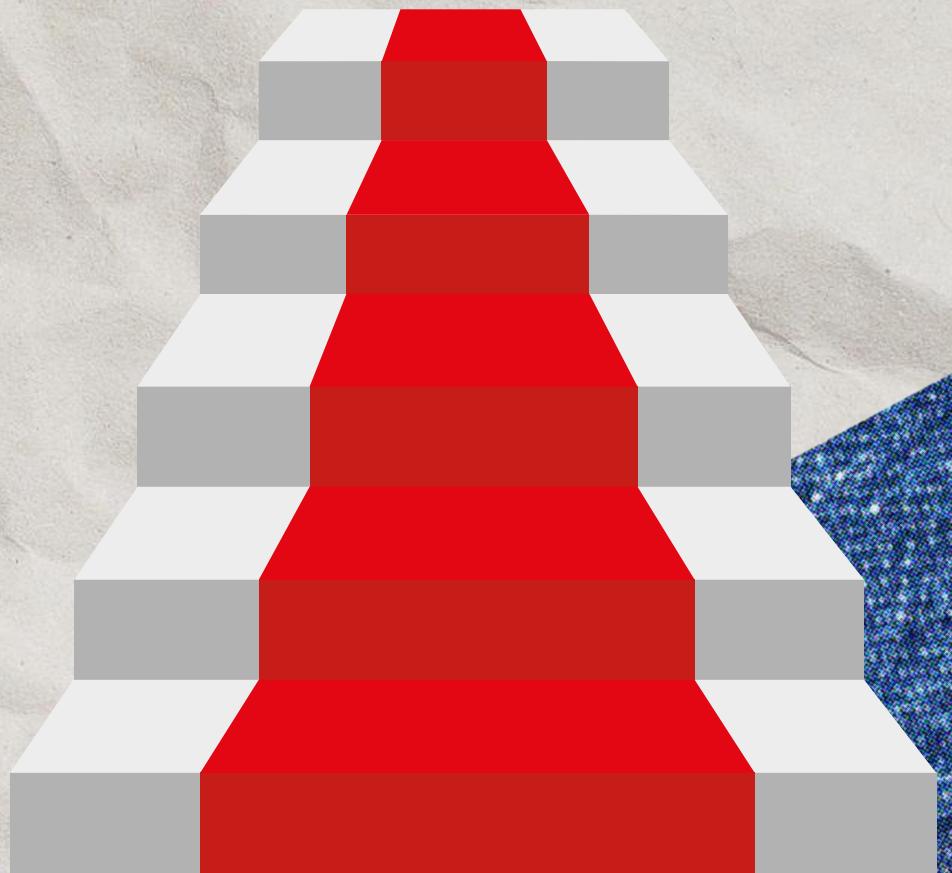




# *Desinformación visual y género: el impacto de los deepfakes sobre la Met Gala*

Graciela Padilla  
Jonattan Rodríguez  
Iara Rossetti  
Universidad Complutense de Madrid



Monografía en Acceso Abierto. Libre disponibilidad en Internet, permitiendo a cualquier usuario su lectura, descarga, copia, impresión, distribución o cualquier otro uso legal de la misma, sin ninguna barrera financiera, técnica o de otro tipo.

Desinformación visual y género: el impacto de los deepfakes sobre la Met Gala  
Colección Ruta Directa a la Innovación Docente nº 81

2025 AMEC Ediciones Calle Emma Penella 6. 28055. Madrid. España.

ISBN:978-84-10426-81-8

<https://doi.org/10.63083/lamec.2025.101.prru>

Este documento está bajo licencia Creative Commons BY-NC-ND 4.0



Esta licencia permite a los reutilizadores copiar y distribuir el material medio o formato, únicamente sin adaptaciones, con fines no comerciales y siempre que se cite al creador.

# Índice

- Introducción a nuestro estudio\_3
- Originalidad y metodología\_4
- Justificación y vacío académico\_5
- La Met Gala como caso de estudio\_6
- Brechas legales y desafíos \_7
- Resultados y afectadas\_8
- Impacto transnacional y social de los *deepfakes*\_9
- Propuestas y conclusiones\_10
- Para trabajar en clase\_11

# Introducción a nuestro estudio

La investigación analiza cómo la inteligencia artificial y los deepfakes generan y difunden desinformación antifeminista en la moda, usando como caso las **cinco últimas ediciones de la Met Gala (2020-2025)**. Se estudia la actividad de la manosfera en Instagram y TikTok, donde proliferan imágenes y vídeos manipulados para atacar figuras femeninas vinculadas al evento.

Enmarcado en el **proyecto I+D “La 'manosfera' en Redes Sociales. Produsage cultural para revertir los estigmas de género y la cultura del odio”** (referencia PID2022-141877NB-I00, Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades), el estudio integra análisis visual de contenidos, estudios de desinformación de género y el examen de tendencias internacionales.



# Originalidad y Metodología



La proliferación de la inteligencia artificial ha creado una nueva era en la manipulación audiovisual y la desinformación. A través de la técnica de los *deepfakes*, la alteración de imágenes y vídeos de personas con extrema verosimilitud **desafía la confianza pública en los contenidos visuales, generando contextos de engaño especialmente agresivos en el ámbito de la moda.**

El trabajo es **pionero al cruzar IA, desinformación y estudios de género**. Aborda cómo los *deepfakes* transforman la circulación de bulos en redes visuales, un fenómeno poco explorado desde una perspectiva interdisciplinar y con impacto directo en la violencia simbólica contra mujeres.

El estudio **combina análisis visual, revisión de expertos en desinformación de género y análisis de tendencias globales**. Se documenta el desplazamiento de la manosfera hacia plataformas visuales, donde la viralidad amplifica los mensajes misóginos y antifeministas

# Justificación y vacío académico



Existen tres razones de peso que hacen urgente este análisis:

- Las **mujeres** son las principales víctimas de los *deepfakes* sexuales y de odio, y la mayoría de países carecen de **legislación** efectiva específica para combatirlo.
- Comunidades **antifeministas** transnacionales han perfeccionado mecanismos de manipulación digital, actuando por encima de las fronteras y adaptándose rápidamente a las novedades tecnológicas.
- El **impacto emocional, profesional y vital** de la viralización de estos contenidos, que muchas veces induce a la autocensura, al daño reputacional y al retraimiento del espacio público digital, aún está subestimado en la literatura académica.



# La Met Gala como caso de estudio

La Met Gala, uno de los eventos de moda más mediáticos y globales, se ha convertido en un escenario estratégico para la propagación de desinformación de género y ataques coordinados contra mujeres influyentes. Tradicionalmente vista como un ámbito superficial, la moda ha pasado a ser un **espacio central de disputa simbólica** donde se legitiman discursos antifeministas y se refuerzan estereotipos a través de la manipulación digital.

Durante las cinco últimas ediciones (2020-2025), la Met Gala ha sido utilizada por comunidades antifeministas y la manosfera para difundir deepfakes y narrativas falsas sobre celebridades, diseñadoras, periodistas y otras figuras femeninas asociadas al evento. Estas campañas suelen emplear imágenes y videos alterados mediante inteligencia artificial, que se viralizan rápidamente en plataformas visuales como Instagram y TikTok gracias a algoritmos de recomendación y la lógica de la viralidad

El impacto de estos ataques **trasciende fronteras**, afectando tanto la reputación como la integridad emocional y profesional de las víctimas. La difusión de deepfakes y bulos no solo refuerza la desconfianza pública en los medios, sino que también contribuye a la normalización de discursos de odio y a la erosión de la confianza social, especialmente entre los jóvenes, principales usuarios de estas redes

# Brechas legales y desafíos

La proliferación de *deepfakes* misóginos y la desinformación visual encuentran un terreno fértil debido a la **ausencia de marcos legales claros y efectivos**. La mayoría de los países no cuentan con leyes específicas que aborden la creación y difusión de contenidos sintéticos con **fines de acoso, difamación o violencia de género**, lo que facilita la impunidad de los agresores y la rápida expansión de bulos y campañas de odio en redes sociales.



**Estados Unidos:** Aunque existen leyes recientes (como la Take It Down Act y la Deepfakes Accountability Act), su alcance es limitado. La fragmentación entre legislaciones estatales y federales, junto a la dificultad de perseguir delitos transfronterizos, deja importantes lagunas jurídicas.

**Unión Europea:** El Acta de Inteligencia Artificial obliga a etiquetar los contenidos sintéticos y prohíbe aplicaciones de alto riesgo, pero carece de mecanismos coercitivos sólidos y depende de la autorregulación de las plataformas tecnológicas.

**España:** No existe una ley específica sobre *deepfakes*; se aplican normas generales sobre derecho al honor e imagen, insuficientes ante la complejidad y velocidad de la manipulación digital.

# Resultados y afectadas



El análisis de las cinco últimas ediciones de la Met Gala revela como celebridades de alto perfil han sido blanco recurrente de campañas de desinformación visual y *deepfakes*.

Entre los casos más virales y representativos identificados en Instagram y TikTok destacan los ataques sufridos por Zendaya, Kim Kardashian, Billie Eilish y Rihanna.

Estas figuras han visto circular imágenes y videos alterados mediante inteligencia artificial que las muestran con atuendos que nunca llevaron, en situaciones falsas o en actitudes que jamás ocurrieron durante el evento.

# Impacto transnacional y social de los deepfakes



Los grupos de la manosfera y comunidades antifeministas operan a nivel internacional, utilizando *deepfakes* y manipulación digital para atacar y deslegitimar a mujeres de diferentes países y contextos profesionales.

La Met Gala, por su visibilidad global, se convierte en un **objetivo estratégico para la difusión de bulos y ataques coordinados** contra diseñadoras, celebridades y periodistas, amplificando el impacto de la desinformación.

Los *deepfakes* y contenidos manipulados refuerzan estereotipos sexistas, presentando a las mujeres en roles degradantes o ridiculizándolas públicamente.

La circulación masiva de estos contenidos contribuye a la naturalización de la misoginia y la violencia simbólica en el espacio digital.

La viralización de *deepfakes* genera confusión y desconfianza, dificultando la distinción entre realidad y manipulación, y erosionando la credibilidad de las víctimas y de los medios de comunicación.

Las plataformas visuales como Instagram y TikTok, principales espacios de socialización juvenil, se convierten en canales prioritarios para la difusión de bulos, afectando la percepción y las actitudes de las nuevas generaciones.

# Propuestas y conclusiones

La investigación propone un **modelo de intervención tripartito que combine la educación mediática, la auditoría algorítmica y la actualización normativa**.

La educación mediática es fundamental para desarrollar el pensamiento crítico y la capacidad de discernimiento ante la proliferación de contenidos sintéticos, permitiendo a la ciudadanía identificar y rechazar la desinformación visual y los discursos de odio.

La auditoría algorítmica, por su parte, busca identificar y corregir los sesgos presentes en los sistemas de moderación y recomendación de contenidos, exigiendo mayor transparencia y responsabilidad a las plataformas digitales.

Finalmente, la actualización y armonización normativa es imprescindible para dotar a los países de leyes específicas y protocolos internacionales que permitan detectar, denunciar y retirar *deepfakes* misóginos de manera eficaz.

**La lucha contra la desinformación visual exige el compromiso de todos los actores sociales y la construcción de una cultura digital más justa, inclusiva y respetuosa con la diversidad.**

# Para trabajar en clase

## Preguntas para el alumnado:

- ¿Qué daño emocional, profesional o social puede sufrir una persona tras un *deepfake* viral?
- ¿Cómo puede incidir la colaboración entre seguidores y plataformas en la detección y desmentido de información falsa?
- ¿Quiénes deberían liderar la alfabetización mediática sobre *deepfakes*: Estado, medios, escuela, plataformas?

**Práctica individual sugerida:** Elige un caso actual de *deepfake* relacionado con figuras públicas femeninas. Analiza el contenido, detecta estereotipos y propone un plan para minimizar su impacto.

**Práctica grupal 1:** Diseñad una campaña creativa para sensibilizar a adolescentes sobre los riesgos de la desinformación visual en la cultura de la moda, utilizando recursos audiovisuales.

**Práctica grupal 2:** Elaborad un protocolo deontológico contra *deepfakes* en redes sociales, detallando la colaboración de distintos profesionales.

# Muchísimas gracias

<https://www.ucm.es/manosfera/>

Graciela Padilla  
Jonattan Rodríguez  
Iara Rossetti  
Universidad Complutense de Madrid

## Brilhante

Hoje vamos trazer uma peça com brilho para nos acompanhar durante todo o dia! Se não for muito seu estilo vale trazer o brilho para um acessório menorzinho!



## Versatilidade

trabalho e incorporar no look do fim de semana. Ou escolha algo que você use mais nos momentos de lazer e varie juntando ao look de trabalho (vale um acessório lenço, sapato descalço que funcione em seu dress code).



## Acessorize-se

As estrelas de hoje serão as cores de uma peça estampada. Vamos repeti-las nas cores dos acessórios criando um look cheio de harmonia.



## De ponta a ponta

Que tal conectarmos a cor dos sapatos aos nossos acessórios? O look pode ser super neutro, mas esse truque deixa tudo mais interessante e experimental!



## Good vibes

A aposta de hoje é em um visual monocromático em tons muito parecidos, sem cortes na silhueta, para um ar bem refinado.



## Os opostos se atraem

O look de hoje é ser todo escuro, ai você coloca um acessório claro. O look claro com ponto de cor escuro que também dá charme!



3



AMEC  
EDICIONES

