



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. Prodsage 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 vídeos 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 **finés 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 vídeos 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



Delicada, mas poderosa

Preparada para um visual queira? Vamos usar o pouco de delicadeza para criar um look de linhas retas mais rígidas.

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.



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 opo se atra

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



Conectada

A de hoje é conectar! Juntar a estampa com brincos, com brincos dourado e bolsa com por exemplo!

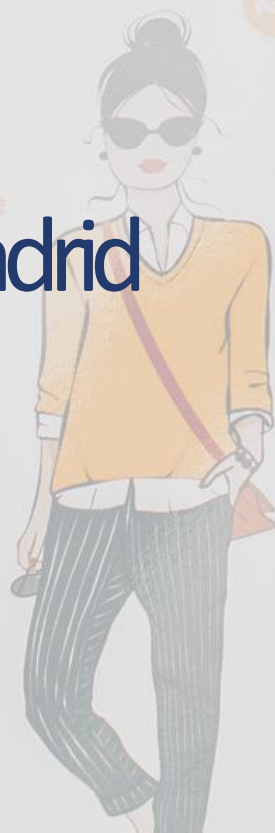


Brilhante

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 ao look do fim de semana. Ou escolhe algo que você use mais nos momentos de lazer e varie juntando ao look de trabalho (vale um acessório: lenço, sapato, desde que funcione em seu dress code).



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, experimente!





**AMEC
EDICIONES**

