

TRABAJO FIN DE GRADO – GRADO EN CRIMINOLOGÍA

Campaña de prevención sobre los deepfakes pornográficos

**Autor del TFG:
María Fuertes
Guardiola**

**Tutor del TFG:
María Cristina Escamilla Robla**

UNIVERSIDAD EUROPEA DE VALENCIA

2023/2024

María Fuertes Guardiola

Campaña de prevención sobre los deepfakes pornográficos

**UNIVERSIDAD EUROPEA
Facultad de Ciencias Sociales
Grado en Criminología**

Director/Tutor: María Cristina Escamilla Robla

Valencia, a 31 de mayo 2025

**- “Educad a los niños y
no tendréis que castigar a los hombres” - Pitágoras**

DEDICATORIA

Para mi abuela María,

Aunque ya no estés conmigo, siempre te llevo en cada paso de mi vida. Gracias por quererme tanto, por siempre animarme a estudiar y ser mejor cada día. Espero que estés muy orgullosa de mí, porque todo lo que estoy construyendo lleva un pedacito de ti.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quería agradecer a mi madre por todo su apoyo y amor. Por siempre confiar en mi cuando ni yo misma lo hacía. A mi padre, por estar siempre a mi lado, por su apoyo constante y por sus ganas de participar en esta nueva etapa. Vuestro amor y fe en mi ha sido mi mayor motor.

A Josep y Lucía, agradeceros absolutamente todo lo que habéis hecho por mí. Gracias por estar ahí desde el primer minuto, por ofrecerme siempre vuestra ayuda, por escucharme y guiarme. Vuestro tiempo, dedicación y compromiso han significado muchísimo.

También me gustaría agradecer a Cristina, Gisela, Luis y Nerea por haber participado en esta etapa de mi vida.

A mis compañeros, gracias por los últimos cuatro años, por todos los buenos y malos momentos; por cada risa, café y lágrimas. Ha sido un privilegio compartir esta etapa con vosotros.

A mi tutora María Cristina, gracias por su tiempo, dedicación y implicación. Por guiarme y por creer en mí, muchas gracias por todos los mensajes de apoyo. Ha sido un placer trabajar contigo.

Resumen

Con el avance de la inteligencia artificial se han producido nuevas amenazas digitales, entre ellas, los deepfakes pornográficos. Es importante para la criminología que la figura del criminólogo desempeñe su papel dentro de la prevención de un delito, trabajando en la prevención primaria. Educando a la población sobre los peligros que puedan conllevar que cada día exista más material falso pornográfico.

En este trabajo lo que se pretende es elaborar una campaña de concienciación con la intención de prevenir a la sociedad de los riesgos que pueden sufrir las víctimas, además de prevenir de que los casos de deepfakes pornográficos sigan aumentando tanto a nivel global, como a nivel nacional.

Pese a que en España no existen altas cifras registradas sobre casos de deepfakes pornográficos como podríamos encontrar en otros países como Corea del Sur. Es importante que se trabaje la prevención y más después de que saliera a la luz el caso de Almendralejos, un grupo de menores se vieron afectadas por esta nueva amenaza.

Palabras clave: inteligencia artificial, campaña, deepfakes pornográficos, violencia de género

Abstract

With the advances of artificial intelligence, new digital threats have emerged, including pornographic deepfake. In criminology it is important that criminologists have a role in crime prevention, working in primary prevention. Educate the public about the dangers that can arise from the increase of fake pornographic material.

This work aims to develop an awareness campaign with the intention of warning society about the risks that victims can confront, as well as preventing the continue increase in pornographic deepfakes cases both globally and nationally.

Although in Spain there are not high numbers of recorded cases of pornographic deepfakes as we might find in other countries such as South Korea, it is important to still work in prevention, especially after the Almendralejos case got to light, a group of minors were affected by this new threat.

Keywords: Artificial intelligence, Campaign, Pornographic Deepfakes, Gender Violence

ÍNDICE DE FIGURAS

	PÁGINA
Figura 1- Tendencias en Google Trends de la palabra clave “deepfake”	7
Figura 2- Países con más búsquedas en Google de la palabra clave “deepfake”	8
Figura 3- Tendencias en Google Trends de la palabra clave “deepfake” en España.....	9
Figura 4- Tendencias en Google Trends de la palabra clave “deepnude” en España.....	9
Figura 5- Tendencias en Google Trends de la palabra clave “Clothoff” en España	10
Figura 6- Cartel N°1- La Notificación	37
Figura 7- Cartel N°2- Imaginación Responsable	38
Figura 8- Muestra N°1- En el metro.....	39
Figura 9- Muestra N°2- Parada de autobús.....	40

ÍNDICE DE TABLAS

	PÁGINA
Tabla 1- Fases descriptivas por escenas del video	42
Tabla 2- Presupuestos de la elaboración de la campaña	44

ÍNDICE DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

Sigla	Inglés	Español
CE	Spanish Constitution	Constitución Española
CP	Criminal Law	Código Penal
DFP	Pornographic Deepfakes	Deepfakes Pornográficos
IA	Artificial intelligence	Inteligencia Artificial
INE	National instituted stadistics	Instituto Nacional de Estadística
LOPHD	Law 1/1982 on Civil Protection of the Right to Honor, Personal and Family Privacy and One's Own Image.	LO 1/1982 de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen.
ODS	Sustainable Development Goals	Objetivos Desarrollos Sostenible
PYMES	Small and medium size enterprises	Pequeñas y medianas empresas
RTVE	Spanish radio television	Radio Televisión Española
TIC	Technology and communication	Tecnología y Comunicación
TFG	Bachelors Final Project	Trabajo Final de Grado

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN	2
1.2 Pregunta de investigación	3
1.3 Objetivos	3
1.3.2 Objetivos específicos	3
1.4 Justificación: La relevancia, la originalidad y la contribución científica al conocimiento académico	4
2.1.1.1 El gendertrolling como parte del deepfake	6
2.1.2 Búsqueda de contenido	7
2.1.2.1 Nivel nacional	8
Figura 3.....	9
Fuente:	9
Figura 4.....	9
Figura 5.....	10
2.1.3 Estudio Europeo sobre los deepfake	10
2.1.4.1 Breve resumen del Reglamento Parlamento Europeo materia de IA	11
2.1.4 Datos de violencia de género	13
2.1.4.2 El incremento en los DFP	14
2.1.4.3 Problemática en Corea del Sur	14
2.1.5 Influencia de género	15
2.1.5.1 Víctimas varones del deepfake	16
2.1.5.2 Las problemáticas que se enfrentan las mujeres	17
2.1.6 Legislación Española	18
2.1.6.2 Propuesta del reglamento de la IA	18
2.1.6.3 Proyecto de Ley Orgánica para la protección de los menores.....	20
2.1.6.4 El Código penal y los DPF.....	20
2.1.7 Estudio de caso en España	23
2.1.7.1 Entrevista a la madre de la víctima	23
2.1.7.2 Decisión final del juez y opinión de la madre	24
2.1.7.3 Aplicación de deepfake	25
2.1.8 Facilidad de acceso y su funcionamiento	25
2.1.8.1 Marketing	26
2.1.8.2 Popularidad entre los usuarios	26
2.1.9 La figura del criminólogo en campañas de concienciación	27
2.1.10 Teorías que justifican la importancia de la campaña de concienciación.....	28

2.1.10.2	Teoría del Aprendizaje Bandura.....	29
2.1.10.3	Teoría del control social Hirschi	29
2.1.11	Aportación de las campañas a los ODS	30
2.2	Hipótesis: Resultados esperados	31
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	32
4.1	Objetivos	33
4.2	Público objetivo	34
4.2.2	Edades.....	34
4.2.3	Justificación del tema.....	34
4.2.4	Mensaje y tono.....	35
4.3	Los medios de comunicación y plataformas.....	35
4.3.2	Redes sociales.....	36
4.3.3	Material elaborado para las publicaciones:	37
4.3.4	Hashtags	38
4.3.5	Mockups.....	39
4.4	Desarrollo material	40
4.4.1	Cartel N°1: La notificación.....	40
4.4.2	Cartel N°2: Imaginación Responsable.....	41
4.4.3	Anuncio para medios	42
4.5	Presupuesto de la campaña	44
5.	CONCLUSIÓN	45
5.1	La amplitud y limitaciones de la investigación	46
5.2	Futuras líneas de investigación.....	46
6.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48
7.	ANEXOS.....	52

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Problema de investigación

En el presente trabajo nace el desarrollo de una campaña de prevención, con la intención de que las nuevas amenazas digitales, específicamente los *deepfakes pornográficos* (en adelante, DFP), disminuyan. De esta manera, se fomentará en la población el conocimiento de este fenómeno y de la importancia de educar a los jóvenes a que utilicen las nuevas herramientas digitales de forma ética.

Como sabiamente señaló Steve Jobs, “La tecnología no es nada. Lo importante es que tengas fe en la gente, que sean básicamente buenas e inteligentes, y si les das herramientas, harán cosas maravillosas”- Steve Jobs (1994). La inteligencia artificial (IA) ha entrado en la era digital como un huracán para revolucionar toda la sociedad incluyendo a aquellas personas que utilizan las nuevas tecnologías para hacer daño. El nuevo delito digital de los DFP es un movimiento que está poniendo en alerta a todo el mundo tras su constante crecimiento, que pone en peligro tanto la intimidad como la dignidad de las personas. El avance en la IA con los DFP provoca la dificultad de detectar si el material creado es falso o no, perjudicando la imagen de las víctimas.

Desafortunadamente los DFP han incrementado de forma desorbitada alcanzando miles de visualizaciones, llegando a diferentes plataformas pornográficas. Principalmente las víctimas de este nuevo delito son las mujeres, tanto anónimas como famosas, sin importar la edad o de qué país procedan. En España, por ejemplo, sucedió un caso en 2023, donde un grupo de menores fueron víctimas de este delito. Unos compañeros de instituto crearon a través de una aplicación los desnudos falsos, enviándolo a todas las personas del centro educativo (Viejo, 2023).

Siendo consciente de los peligros que conllevan los DFP, es relevante que la figura del criminólogo investigue y actúe ante estas nuevas amenazas digitales. En el presente trabajo se podrá observar todo el proceso llevado para elaborar una campaña informativa y de concienciación, dirigida a gran parte de la sociedad. Es crucial que esta campaña llegue a un gran número de personas para que los profesionales sean capaces de trabajar en la prevención primaria, secundaria y terciaria. No hay muchos casos registrados en

España acerca de los DFP, pero esto no significa que no sea peligroso, que ya exista una cifra negra y que en un futuro no muy lejano empiece un aumento de casos. Es importante actuar desde la educación lo antes posible tanto en las instituciones públicas como privadas, así como en el desarrollo de campañas de información y sensibilización.

1.2 Pregunta de investigación

La presente investigación se centra en responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué está provocando los DFP en la sociedad?
2. ¿Sufren por igual los DFP los hombres y las mujeres?
3. ¿Existen campañas u otras estrategias dirigidas a este nuevo fenómeno?

De acuerdo con lo planteado anteriormente, a causa del auge de la IA y la facilidad a su acceso, como resultado se ha dado un incremento de su uso nociva utilizándose de forma fraudulenta para denigrar a las víctimas. Esto refleja la falta de concienciación y legislación alrededor de la IA y los DFP. Por ello es necesario dar visibilidad a estos casos y evitar su propagación. Una de las formas más utilizadas por los organismos para prevenir estos tipos de problemas es la actualización de leyes, la educación y las campañas de prevención.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

En el presente trabajo el objetivo general es concienciar a la población sobre los DFP, fenómeno inaceptable dentro de la sociedad actual.

1.3.2 Objetivos específicos

Los objetivos específicos tratan de:

1. Conocer el fenómeno de los DFP y las consecuencias que genera.
2. Averiguar sobre qué género existe mayor victimización del DFP.
3. Investigar si existen campañas sobre los DFP.
4. Elaborar una campaña de prevención sobre los DFP dirigida a la sociedad.

5. Dar visibilidad a este nuevo fenómeno para que las entidades de control social formal sigan actualizando y ampliando las campañas y la información a los ciudadanos, así como la protección a las víctimas.
6. Sensibilizar a las entidades de control social informal para que actúen adecuadamente frente a los DFP.

1.4 Justificación: La relevancia, la originalidad y la contribución científica al conocimiento académico

La violencia de género ha tenido una relación muy estrecha con la tecnología (UNRIC,2023). Antes de que apareciera la IA con los DFP, existía los sextorsions, los revenge porns, el grooming, entre otros. Los DFP son creados con la intención de denigrar a la mujer, mostrando así un grave problema. La campaña de prevención es una herramienta eficaz que permite que un gran número de personas entiendan principalmente lo que es, el riesgo y sus consecuencias. De esta manera, el control social formal e informal estaría desarrollan su función de prevención.

La originalidad del trabajo se origina respecto a que los DFP es un suceso relativamente nuevo, incluso existen ciertas personas que desconocen la existencia del presente tema. Iproov (una empresa tecnológica que se dedica a verificar la autenticidad de las personas digitales para evitar delitos como los robos) hizo en 2024 una investigación acerca del conocimiento que tienen las personas de diferentes países sobre los deepfakes. En los resultados España éramos de los países con menos conocimiento de la materia, 75% de los encuestados contestaron que no sabían lo que era.

En criminología al igual que otras muchas disciplinas es conocido la importancia de la educación en la prevención del delito. Una de las formas es mediante estrategias de información y sensibilización como son las campañas para captar la atención de la población. Existen diversas campañas que se han llevado a cabo para mostrar problemas sociales, como: el uso excesivo de pornografía en menores o campañas sobre la violencia doméstica y de género. Por lo tanto, las campañas, como estrategias de prevención, permiten que la sociedad reflexione, permitiendo que los profesionales de la criminología se desarrollen en tres de sus amplios ámbitos como la prevención del delito, disminuir la victimización y apoyar al control social informal.

2. FUNDAMENTACIÓN TEORICA

2.1 Marco teórico

2.1.1 La Inteligencia artificial (IA)

En primer lugar, se va a definir lo que es la IA para así poder entender de donde proviene el problema que se está abordando en el trabajo. El término *inteligencia artificial* se emitió por primera vez en 1956 por John McCarthy, la definió como: “*la ciencia y la ingeniería de hacer máquinas inteligentes, especialmente programas de computadora inteligente*” (ICCSI, 2023). La conceptualización de la IA ha ido evolucionando a lo largo de los años y según la Comisión Europea se trata de una especialidad de la informática que se utiliza para diseñar sistemas capaces de llevar a cabo trabajos que suelen encargarse la inteligencia humana, como aprender a reflexionar y percibir. Asimismo, es capaz de examinar la información obtenida de los datos y tomar decisiones para poder alcanzar el objetivo (Gobierno de España, 2023).

Actualmente, la IA se encuentra dentro de nuestra vida cotidiana de la sociedad a través de numerosas aplicaciones y servicios y muchas veces sin que el individuo sea consciente de ello. Algunos ejemplos serían:

- Traductores
- Buscadores de páginas webs
- Asistente de smartpone
- Sistemas de navegación GPS
- Autocorrección y autocompletado del texto en smartphones y ordenadores.
- Reconocimiento facial
- Publicidad personalizada

A medida que surgen nuevas tecnologías, como la IA, siempre hay personas que lo utilizan de forma inadecuada realizando con ellas acciones negativas, que pueden conllevar riesgos para los derechos fundamentales. En este trabajo nos vamos a enfocar en la violencia de género ejercida por herramientas de la IA.

2.1.1 El *deepfake*

En los últimos años la IA ha ido creciendo hasta ser capaz de dar lugar a nuevas tecnologías, donde en cuestión de segundos son capaces de alterar y generar contenidos falsos, pero con un realismo que en algunos casos puede llegar a ser difícil de detectar. El término *deepfake* proviene de la combinación de *deeplearning*, que significa aprendizaje profundo en inglés y la palabra *fake* que significa falso. El *deepfake* es una técnica creada con la IA que realiza material manipulado utilizando fotos, audios y vídeos de usuarios, tanto de personas anónimas como personas famosas, para hacer creer a los usuarios que está determinada persona ha realizado acciones o realizado declaraciones que son falsas e irreales (Security Hero, 2024).

En esta institución se definen principalmente dos tipos de *deepfake*: El *deepface* y *deepvoice*. En el caso de *deepface*, consiste en copiar el rostro de una persona y pegarlo en otra persona modificando los gestos para poder crear imágenes y videos falsos bastante realistas y todo ello empleando herramientas de la IA. Por otro lado, tenemos la *deepvoice*, donde lo que pretenden es escoger palabras y frases sueltas para falsificar un mensaje o hasta incluso llegar a clonar la voz (Security Hero, 2024).

En el presente trabajo se enfoca en una nueva amenaza digital conocida como DFP, en este caso es la misma explicación que la mencionada anteriormente sobre el “deepfake”. Cuando son DFP sí que existe un comportamiento malicioso donde lo que se pretende es utilizar fotos o vídeos de las víctimas, crear desnudos y subir éstas imágenes a internet y comprometiendo de esta manera la privacidad y el estado emocional de dichas víctimas, incluso dañando su salud mental (Security Hero, 2024).

2.1.1.1 El *gendertrrolling* como parte del *deepfake*

El *Gendertrrolling* tiene como definición a un troleo en específico que va dirigido hacia las mujeres. Es un término empleado por Mantilla (2013). El carácter más común que hay en el *gendertrrolling* es que suelen ser discriminatorias hacia las mujeres. Dentro de estos troleos de género podemos observar diferentes formas de cómo se manifiestan. En un continuo se parte de representaciones hipersexuales a chistes/gracias machistas, acoso e intimidación, hasta incluso amenazas de violencia (muerte y violaciones). El

gendertrolling tiene relación con los DFP, pues los creadores de estos contenidos muchas veces justifican sus acciones diciendo que son “bromas”, cuando las consecuencias son mucho más serias. (Otero et al., 2024)

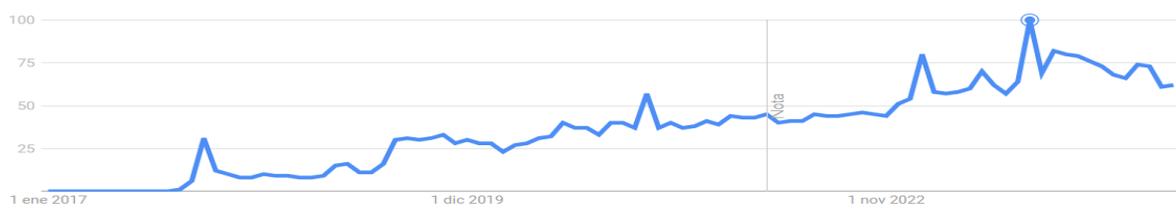
2.1.2 Búsqueda de contenido

2.1.3.1 Nivel global

En la Figura 1 se puede observar una gráfica donde se muestra las búsquedas de Google Global sobre la palabra “*deepfake*”. Podemos observar que la tendencia va en aumento, aunque no se puede saber al 100% las razones por las cuales llegó a ser tendencia.

Figura 1

Tendencias de búsqueda en Google Trends de la palabra clave “deepfake” en todos los países.



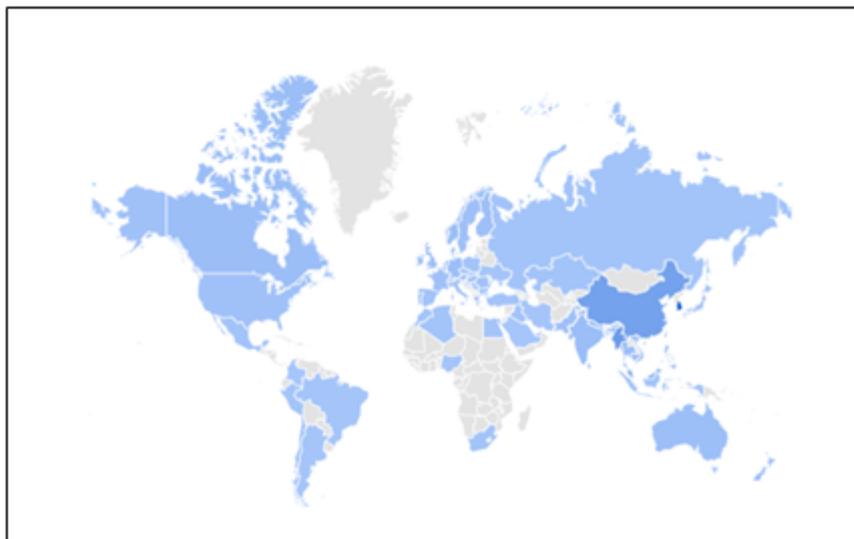
Fuente: Google Trends, 2024.

Como se observa, el primer pico ocurrió en febrero del 2018. En esta fecha hubo mucha controversia con el tema de los deepfakes, puesto que no se sabía mucho acerca de los deepfakes, excepto que se estaban empleando en el mundo del cine. Fue un reportero, Sam Cole, quien publicó un artículo sobre un nuevo descubrimiento: *El rincón oscuro de los deepfakes*, lo que hoy en día se conoce como DFP. El segundo pico que sobresale fue en marzo del 2021, donde se hizo viral un caso en Estados Unidos. Su nombre es Raffaella Spone. Esta mujer fue acusada en el año 2021 por utilizar una aplicación de deepfake para desnudar a las animadoras rivales de su hija, con el objetivo de que las sacaran del equipo de animadoras. El tercer pico ocurrió en mayo del 2023, donde la víctima fue una cantante española de reconocimiento internacional llamada Rosalía. El caso fue muy polémico, pues el responsable fue un compañero de la industria conocido como JC Reyes. JC Reyes decidió manipular una foto de ella y subirla en redes sociales enseñando semidesnuda, todo esto con la intención de hacer marketing a su nueva canción llamada Rosalía. El último pico fue en noviembre del 2023, la actriz Rashmika Mandanna fue

víctima de un deepface muy viral. Este incidente puso en marcha al Gobierno indio para elaborar leyes para sancionar aquellas personas que crean deepfakes con intenciones maliciosas. Véase Figura 2.

Figura 2

Países con más búsquedas en Google de la palabra clave “deepfake”



Fuente: Google Trends en todos los países, 2024.

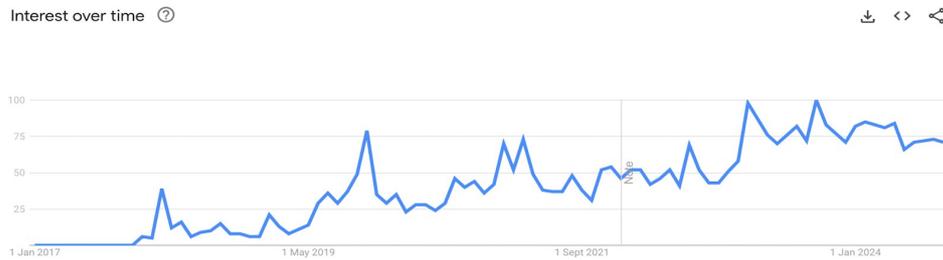
Se puede observar que el país de color azul más oscuro (significa que ha habido más búsquedas) es Corea del Sur y encabeza las listas de países donde hay más posibilidades de ser víctima de un DFP. También es bastante preocupante que en este país el top 10 de vídeos con más visitas, ocho puestos sean de cantantes surcoreanas (Security Hero, 2024).

2.1.2.1 Nivel nacional

Las búsquedas de *deepfake* en España según Google Trends empezaron a finales de diciembre del 2017, esto fue a causa de la plataforma Reddit (un foro donde las personas pueden publicar cualquier contenido, pero sobre todo comentar en las publicaciones) cuando un usuario anónimo publicó varios videos pornográficos falsos de las celebridades Taylor Swift y Scarlett Johansson. Esta práctica rápidamente se propagó generando un gran interés, donde en tan solo dos meses, la aplicación Reddit alcanzó 15.000 usuarios más, popularizando el término *deepfake*. Véase Figura 3.

Figura 3

Tendencias en Google Trends de la palabra clave “deepfake” en España, primera búsqueda diciembre 2017.



Fuente:

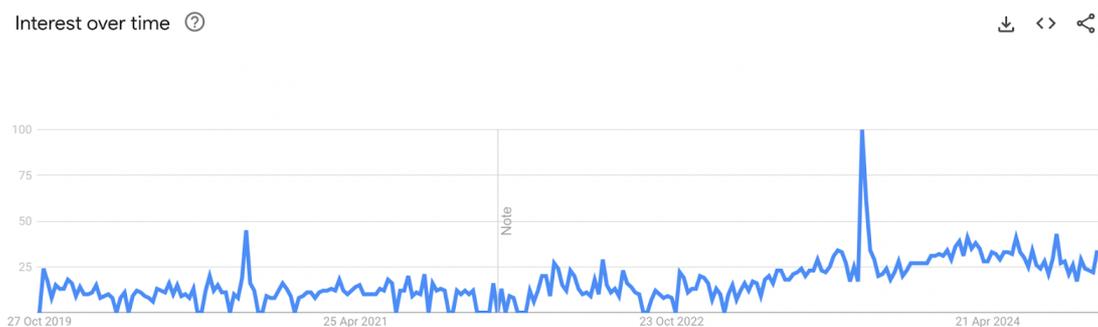
Google Trends en España, 2024.

Como podemos observar, con el auge de IA, está ha aumentado más las búsquedas relacionadas con los deepfakes, mostrando así que es uno de los recursos más utilizados por los usuarios de aplicaciones que se nutren de la IA.

Un factor que preocupa es que cada vez las herramientas son más sofisticadas lo cual dificulta la detección de estas falsedades. Al inicio de esta técnica se necesitaba un conocimiento para su desarrollo, pero con el nacimiento de la IA se desarrollaron aplicaciones que facilitaron el modus operandi (Security Hero, 2024). Las redes sociales están infestadas de propaganda como: “Desviste a cualquiera con nuestro servicio gratuito” este eslogan es uno de los miles de anuncios que circulan por las redes (Viejo, 2023).

Figura 4

Tendencias en Google Trends de la palabra clave “deepnude” en España

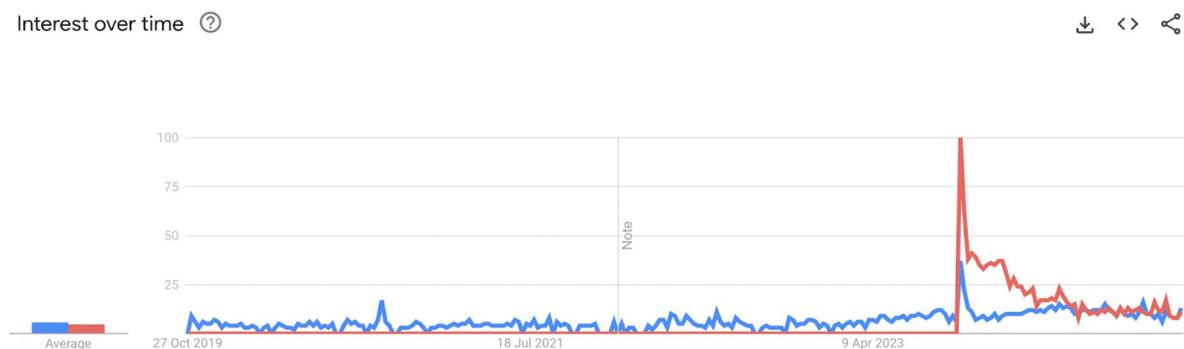


Fuente: Google Trends en España, 2024

Deepnude traducido al castellano es “desnudo profundo”. *Deepnude* fue una de las primeras aplicaciones creadas para desvestir de forma hiperrealista las fotografías de las mujeres (no estaba diseñada para desnudar a hombres). Fue creada por un desarrollador especializado en la IA llamado Alberto, ha explicado que preparó la aplicación metiendo en el software más de 10.000 imágenes de mujeres desnudas. Hubo un rechazo tan fuerte de la aplicación por parte de la comunidad que tuvo que retirar la oferta de venta (West, D., 2019).

Figura 5

Tendencias en Google Trends de la palabra clave “Clothoff” en España



Fuente: Google Trends en España, 2024.

Con referencia a la figura 5, *Clothoff* (la línea roja) es una de las páginas más famosas para crear desnudos. De hecho, el pico más alto que se observa en la figura 5 es debido a que fue la página encargada de desnudar a chicas menores de edad en España. Sin embargo, esta palabra ha seguido siendo buscada no tanto como en septiembre del 2023, pero sin llegar a desaparecer del registro.

2.1.3 Estudio Europeo sobre los deepfake

La Unión Europea en julio del 2021 hizo un estudio para abordar la situación de los *deepfakes*. En este estudio hablan sobre lo técnico, lo social y la regulación de ellos. En este trabajo nos vamos a centrar en los riesgos (European Parliament, 2021).

Los *deepfakes* no solo afectan a un individuo, sino que también a una organización y hasta incluso a cualquier miembro de la sociedad. El estudio del Parlamento Europeo ha dividido los posibles riesgos en tres categorías diferentes:

- Psicológica: Son los deepfakes que van dirigidos hacia una persona de forma directa, por lo que a raíz de que exista una imagen falsa haciendo acciones que nunca ha realizado, puede acarrear a que sea víctima de intimidación, *bullying*, difamación, *(s)extortion*, etc.
- Daño económico: Los deepfakes pueden provocar que las víctimas sean obligadas a pagar a la persona que está detrás de estas imágenes falsas, pudiendo llegar a haber un círculo de extorsión y manipulación. Como hemos hablado anteriormente se daña la reputación de estas personas perjudicando la posibilidad de encontrar un trabajo.
- Social: En esta categoría se centran en la respuesta de la sociedad, es decir, el resultado final que ha sido provocado por el aumento de estos casos.

En el estudio se utilizó la palabra “cascada” para explicar cómo el impacto de un *deepfake* acaba convirtiéndose en un problema social. Todo empieza con el caso de un individuo que acaba de ser víctima del deepfake, en este momento se habla de un nivel individual. Posteriormente en el segundo nivel esto se desarrolla y llega a un grupo de personas o un colectivo u organización, etc. Y, por último, en el tercer nivel llega al impacto de la sociedad, que es donde se ve el problema de forma global.

Hicieron una infografía para explicar de forma visual ciertos escenarios que se podrían dar. Un ejemplo, es el escenario de un caso de DFP. Se ve que a nivel individual esta mujer está pasando por un daño psicológico, además de un daño a la reputación. A nivel de grupo estas imágenes ya han sido vistas por familiares, amigos, instituto o trabajo. Finalmente, a nivel social se observa una forma muy concreta de violencia de género y de desigualdad.

2.1.4.1 Breve resumen del Reglamento Parlamento Europeo materia de IA

La Unión Europea el pasado 12 de julio del 2024 publicó en el Diario Oficial de la Unión Europea las normativas de la IA, gracias a la aprobación del Reglamento 2024/1689 del Parlamento Europeo y del Consejo. El reglamento de la IA fue creado con la intención de asegurar la salud mental, la seguridad y proteger los derechos fundamentales de los europeos (Cuatrecasas, 2024).

El reglamento indica diferentes niveles de riesgo: el riesgo mínimo donde no hay obligaciones, riesgo limitado aquí obligan que haya una transparencia y que se le notifique al usuario que está hecho con IA o que lo ha generado un robot y que no es verdad, alto riesgo donde hay unas normas que hay que seguir y por último riesgo inaceptable dónde está considerado prohibido.

En el caso de los deepfakes, este está considerado como riesgo limitado, con lo que solo piden de momento la obligación de notificar que la imagen o el video o el audio está creado con IA y ha sido manipulado. Para garantizar de forma efectiva la transparencia el reglamento de la IA obliga lo siguiente:

- Cuando estamos en un caso donde una persona se dedica a hacer contenido de vídeos, imágenes o audios, esta persona debe de asegurarse de que todo el contenido que hace debe tener una señal para que así los consumidores del contenido sean capaces de saber si el contenido es real o por lo contrario está generado por la IA.
- En los deepfakes como he nombrado con anterioridad, aparte de señalar que estos han sido manipulados, también los autores deben de notificar públicamente que su contenido ha sido alterado para que no haya posibles confusiones y engaños.

La Unión Europea ha establecido unas sanciones dependiendo del tipo de infracción:

- Para los riesgos inaceptables (prohibidas) el reglamento penaliza en multas desde 35 millones de euros o por otro lado el 7% de la facturación anual, dependiendo cual tenga mayor cantidad.
- Aquellos responsables, distribuidores y proveedores que incumplen sus obligaciones de transparencia están sujetos hasta multas de 15 millones de euros o el 3% de la facturación anual, dependiendo cual tenga mayor cantidad.
- En los casos donde la información publicada es incompleta, incorrecta o engañosa las autoridades nacionales competentes de la solicitud serán penalizados con multas de 7,5 millones de euros o 1% de la facturación anual, dependiendo cual tenga mayor cantidad.

- Las PYMES, incluyendo también a aquellas empresas que están en fase emergente, se aplicaría en su caso el menor importe o los porcentajes señalados.

2.1.4 Datos de violencia de género

2.1.4.1 Violencia en mujeres dentro de internet

A lo largo de los años, la violencia de género se ha ido moldeando de tal forma que en el siglo digital existen nuevas formas de causar daño a las mujeres. Es por ello por lo que dentro del mundo de internet se ha tenido que adaptar al uso de las tecnologías y la comunicación. Esta forma de violencia hacia las mujeres daña sus derechos fundamentales. Un estudio realizado por las Naciones Unidas presentó unos datos en 2015 (con casi 10 años de antigüedad, cuando la tecnología aún no era tan avanzada como actualmente) que mostraba que el 73% de las mujeres que usaban la red ya habían sido víctimas de la violencia online (ciber embaucamiento, sextorsión, etc.) (Miguel, Luken, V.2015).

En el caso de la Unión Europea un 18% de las mujeres habían empezado a ser víctimas a causa de algún tipo de violencia grave online desde los 15 años, lo que muestra un total de 9 millones de mujeres afectadas. Naciones Unidas destaca que cualquier persona puede ser víctima online, pero en el caso de las mujeres y las niñas tienden a sufrir unas experiencias mucho más traumáticas que les afecta en distintos aspectos, tanto en el psicológico, como en el físico y el social (ONU Mujeres, 2015).

Por otro lado, la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género en el 2014 hizo un estudio sobre *“El ciberacoso como forma de ejercer la violencia de género en la juventud”* que demostraba mediante diferentes entrevistas realizadas a mujeres de entre 18 y 29 años, habían sufrido violencia de género por parte de sus parejas. Con la ayuda de estos datos se ha completado un informe donde se demuestra que las mujeres son conscientes del peligro que se exponen enviando estas imágenes íntimas, pero lo hacen por la “confianza” que tienen con la otra persona o por amor. Estas acciones pueden provocar una dominación a ellas mediante amenazas, humillaciones y/o chantajes.

2.1.4.2 El incremento en los DFP

En el año 2022 y 2023 se incrementó un 464% el contenido de DFP. En el año 2022 en internet se encontraron 3.725 vídeos creados con herramientas de la IA mientras que en el año 2023 la cifra se disparó a 21.019, mostrando así el aumento de las desorbitadas cifras que aparecen actualmente con estas nuevas tecnologías. Por otro lado, en las páginas webs de pornografía se han encontrado que 7 de cada 10 contienen videos de pornografía deepfake, acumulando así un total de 303.640.207 visualizaciones (Security Hero, 2024).

El 99% de los *deepfakes* está protagonizado por mujeres. Esto se debe a que el contenido es sexual y está enfocado a captar la atención de los hombres, que son los mayores consumidores de las webs pornográficas. Según el estudio de (Ajder et al., 2019) el DFP se puede encontrar en diversas páginas webs, donde se ha dividido en dos categorías, la primera, en páginas webs que están creadas exclusivamente para el contenido de *deepfake* y la segunda que son páginas pornográficas donde gente anónima pública estos videos. En el año 2019 en estas páginas dedicadas al deepfake se subieron un total de 13.254 videos mientras que en páginas pornográficas 802 videos.

2.1.4.3 Problemática en Corea del Sur

La pornografía *deepfake* ya existe en diversos países, pero en un caso muy representativo es el de Corea del Sur, donde el problema se dispara en porcentajes muy preocupantes. Según Security Hero (2024), este país cuenta con una alta probabilidad de ser víctima de los DFP exactamente un 53%. De hecho, en 2024, se ha condenado a un joven a 10 años de prisión por la creación de 2.000 imágenes de pornografía *deepfake* a sus compañeras de universidad, las cuales vivían constantemente con miedo y con ansiedad porque no eran capaces de confiar en ningún compañero de clase pues ignoraban quien podía ser, y no fue hasta un tiempo después que encontraron al creador de estas imágenes falsas. Por lo que se sabe, este joven lo consideraban un chico introvertido y educado. Park (el apellido del creador) había estado manipulando fotos de sus compañeras durante los últimos tres años y difundió estas imágenes con mensajes muy desagradables como: citando “*la violación es la respuesta al feminismo*”. La ley en Corea del Sur con relación a los DFP dice que aquel que tenga posesión, o que compre o visualice los *deepfakes*

puede enfrentarse a tres años de prisión y llegar a tener que pagar una multa de 30 millones de won (en España sería el equivalente a 20.000 euros) (Foncillas, 2024).

Es cierto que a fecha de hoy no hay ningún país que tenga unas leyes tan exigentes con el tema de *deepfake*, pero no es para menos, puesto que las cantantes coreanas “K-pop” encabezan la lista de víctimas de la pornografía *deepfake* según *State of Deepfakes (2023)*. Por otro lado, gracias a una investigación policial que se hizo en dos universidades encontraron muchísimos grupos de Telegram donde diversos usuarios compartían estas imágenes falsas sexuales de sus conocidas. El problema es que no solo se hacen estos *deepfakes* en las universidades, sino que también en los institutos y colegios. Es decir, hay menores siendo víctimas, pero sobre todo hay menores realizando estas manipulaciones, según la policía coreana el porcentaje de detenidos adolescentes es terriblemente preocupante, el 80% de los 387 casos. La falta de educación sexual que hay en Corea del Sur hace creer a los adolescentes que sus acciones no sean peligrosas, sino bromas cotidianas.

2.1.5 Influencia de genero

No es ninguna novedad la utilización de imágenes o videos para hacer chantaje a las mujeres, los fenómenos *revenge porn* (la difusión de imágenes íntimas de una persona, normalmente de carácter sexual, sin el consentimiento de ella o de él para dañar la imagen o hasta incluso ganas dinero con esas imágenes) o *sextortion* (enviar fotos o videos íntimos, con contenido erótico voluntariamente entre dos personas, que forma parte de su actividad sexual))llevan ya años causando violencia de género globalmente. Lo nuevo que nos enfrentamos ahora son las nuevas herramientas de la IA que generan unas imágenes hiperrealistas que dificultan mucho saber si es auténtico o no (Vieira & Rizzo, 2021).

Los videos que hay en internet sobre los *deepfakes* muestran unas notables diferencias de género. Según los datos de Security Heroes “El 99% del contenido *pornográfico deepfake* está compuesto por sujetos femeninos”. Los DFP empezaron con personas famosas, mejor dicho, con mujeres de reconocimiento internacional como: Margot Robbie, Emma Watson, Taylor Swift etc. En estos vídeos y/o imágenes se les recorta la cara a dichas

personas y se las colocan en escenas pornográficas para luego subirlas a internet (Bigas Formatjé, 2023).

No hace falta irse muy lejos para recordar lo que ocurrió en un pueblo de Extremadura (Almendralejos) a finales del 2023, donde una decena de menores fueron víctimas de deepfake. Unos compañeros del instituto realizaron esta acción sin preparación en un tiempo breve (Viejo, 2023). Estas imágenes se propagaron a través de Whatsapp a diferentes estudiantes de otros centros.

2.1.5.1 Víctimas varones del deepfake

La gran diferencia que se encuentra en los casos de deepfake entre hombres y mujeres, es que el contenido donde se emplea víctimas mujeres es para DFP o deepfake, mientras que en los hombres está más relacionado en política, entretenimiento y desinformación. Las víctimas suelen ser figuras públicas como actores, políticos, cantantes etc. utilizando estas imágenes para manipular sus acciones y declaraciones (Ajder et al., 2019).

Dentro del proyecto AGITATE (asimetrías de género en la comunicación política digital) se llevaron a cabo 15 entrevistas a diferentes autoridades y representantes políticos de diferentes partidos y ámbitos. En estas entrevistas su objetivo era obtener las diferentes formas de violencia digital que se enfrentaban diariamente. Dentro del proyecto resaltaba el mismo resultado, *“a los hombres se les ataca más por aquello que dicen, a las mujeres por lo que representan”* (Barrientos-Báez et al., 2024).

Uno de los casos más famosos fue en el año 2018 donde se viralizó un video de Barack Obama diciendo que Donald Trump era un *“dipshit”* que traducido al castellano es *“idiota”*. A las horas se publicó que el video era totalmente falso. BuzzFeed (un medio de comunicación de internet) había modificado el audio de un discurso que había hecho el actor Jordan Peele que sí que había llamado *“dipshit”* a Trump. El creador declaró que había editado el video y que tardó aproximadamente 56 horas (Fagan, 2018).

En el caso de deepfake de Barack Obama solo llegó al humor y al malentendido, pero hay otros casos donde el video falso puede llegar a tener consecuencias mucho más graves como, por ejemplo, el caso del presidente Zelensky pidiendo a los soldados ucranianos

que se rindieran en la guerra. El caso de Barack Obama puede que se pueda ver de una forma cómica para entretener al espectador, pero en el caso del presidente Zelensky el video falso pudo llegar a traer consigo problemas muy graves.

En el video que dura aproximadamente un minuto el presidente Zelensky pedía a los soldados que dejaran las armas a un lado y que se rindan en la lucha. De hecho, el video falso llegó a transmitirse en el canal ucraniano por culpa de hackers informáticos antes de que se pudiera eliminar del canal. Si se observa detenidamente el video sí que se puede ver que la sincronización de los labios es pasable, pero por otro lado podemos encontrar ciertos errores como por ejemplo que el acento no era el correcto (Allyn, 2022).

2.1.5.2 Las problemáticas que se enfrentan las mujeres

Los *deepfakes* han aumentado en los últimos meses, según Alexandra Robinson (asesora de violencia tecnológica) este aumento de imágenes ha provocado diferentes formas de violencia de género, que a continuación explicaremos algunos tipos:

Según los analistas, Gómez de Ágreda, Feijóo Gonzalez y Salazar García, autores de un estudio en el cual dicen que hay una probabilidad alta, de que un contenido falso pueda llegar a ser más viral, llegando a tener un 70% más de visitas. Esto se debe a que hay un efecto persuasivo para que la gente lo vea y así poder desprestigiar y humillar a la víctima. Un ejemplo donde se utilizan estas imágenes falsas para humillar, fue en el caso de Macarena Osona (líder de Caminando Juntos) que utilizaron unas imágenes suyas, para crear un vídeo falso de ella bailando una canción de Shakira, cuyo vídeo llegó a tener 21,2 mil reproducciones.

Por otro lado, también se utilizan imágenes falsas con el fin de hipersexualizar a las mujeres. Crean estas imágenes y videos falsos para cubrir las fantasías sexuales de los usuarios. Este fue el caso de Alexandra Ocasio-Cortez (congresista estadounidense más joven del cargo) una de las políticas con más casos de deepfakes, en este caso hubo decenas de imágenes de ella en diversas páginas webs pornográficas como en Pornhub. Este tipo de abuso provoca que estas mujeres sean consideradas como objetos sexuales, afectando así su credibilidad como políticas.

En el caso de Macarena Olona y Alexandra Ocasio-Cortez son mujeres famosas y muy conocidas que congregan millones de seguidores y es por eso por lo que con ayuda de sus redes sociales pueden dar voz a su caso, aclarando y desmintiendo los videos o imágenes falsas. El ejemplo que hemos dado anteriormente de Macarena Olona, efectivamente Macarena no dudó en desmentir el video, pero además subió una publicación del video falso diciendo lo fan que era de Shakira, intentando coger la parte positiva del video. En el caso de una mujer anónima no tiene la facilidad de desmentir su caso.

Otros de los casos que se pueden enfrentar las mujeres a causa de los *deepfakes* es la suplantación de identidad, donde cualquier persona puede abrir un perfil de cualquier mujer y publicar contenido sexual falso, sin el consentimiento de la víctima. Estos perfiles son creados para la humillación y la manipulación.

2.1.6 Legislación Española

2.1.6.1 Derecho del honor, la intimidad y la propia imagen

Es importante nombrar los derechos del honor, la intimidad y la propia imagen, pues los delitos que se están cometiendo a través de los *deepfakes* no los garantiza, de hecho, es muy fácil que cualquier persona que tenga en su poder imágenes/ videos (aunque sean falsos) los comparta a través de cualquier red social vulnerando estos derechos de forma inmediata. Este derecho se recoge en el artículo 18 de la Constitución Española (CE) y posteriormente en la LO 1/1982 Derechos del honor, la intimidad personal y familiar y a la propia imagen (LOPDH) (Sked, 2023).

2.1.6.2 Propuesta del reglamento de la IA

España también se une a la protección de los usuarios, advirtiendo sobre los nuevos avances tecnológicos y los desafíos que se observan a nivel legal. El 13 de octubre de 2023 se publicó dentro del Boletín Oficial de las Cortes Generales la “Proposición de Ley Orgánica de regulación de las simulaciones de imágenes y voces de personas generadas por medio de IA”. Con la aparición de esta herramienta se tiene que añadir y modificar artículos de diferentes códigos y leyes, esta proposición de Ley Orgánica lo que se pretende es modificar distintos ámbitos, tanto el Código Penal, como la ley de comunicación audiovisual y la Ley de Enjuiciamiento Civil (Oyarzabal & Pérez Terol, 2023).

Lo que propone “La Proposición de Ley” en el artículo 1 es modificar la Ley 13/2022 del 7 julio, General de comunicación Audiovisual de manera que:

- i) Se considera infracción muy grave propagar deepfakes sin la autorización o consentimiento de la/s persona/s involucradas, exceptuando aquellos casos donde se ponga una advertencia que oficie que la imagen o el audio han sido generados por la IA.
- ii) Cuando son imágenes o videos, la advertencia de que son imágenes o videos falsos tiene que ser clara. Por otro lado, los audios, al principio y al final de estos tienen que advertir que han sido generados por IA.

En el artículo 2 lo que pretende es actualizar la Ley 1/1982 de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Lo que decreta es que las imágenes y los videos creados con IA. que hayan sido difundidos sin la autorización de la/s persona/s afectadas será considerado como intrusión ilegítima, que afecta a los derechos regulados por la Ley 1/1982. Excepto en aquellos casos donde sigan las normas establecidas.

A continuación, en el artículo 3 quieren corregir el Código Penal (CP) de tal modo que:

- i) Se considera delito de injuria, en aquellos casos donde se han utilizado imágenes, videos o audios sin el consentimiento de la persona/s involucradas, con el fin de dañar su honor, fama, dignidad y estimación.
- ii) Se recoge la difusión de los *deepfakes* en las redes sociales como injuria con publicidad.

Seguidamente en el artículo 4 plantean una modificación de la Ley de Enjuiciamiento Civil, donde pretenden asegurar la protección de las personas involucradas. Eliminando las imágenes, audios y videos creados por softwares y herramientas del mismo estilo, cuando las personas o sus representantes lo pidan.

Después en el artículo 5 se quiere reformar la Ley Orgánica 3/2018 de 5 diciembre de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Con esto lo que pretenden es proteger los datos personales de las personas ante la IA.

Mientras que en el artículo 6 piden la modificación del tercer apartado de la Ley 3/1991 del 10 de enero de Competencia Desleal, añadiendo los “actos de engaño” que son aquellos comercios, empresas o individuos que utilizan los deepfakes o las modificaciones de apariencia sin avisar que están realizadas por la IA. Lo que pretenden añadiendo este párrafo es proteger a los usuarios de los posibles engaños de publicidad.

Por último, en el artículo 7 sugiere que se modifique la Ley Orgánica 5/1985 del 19 de junio, del Régimen Electoral General para así poder crear un nuevo régimen de delitos relacionados con la distribución de forma maliciosa de imágenes y voces producidas por la IA. Por otro lado, sugieren que se cree un Consejo de Participación Ciudadana para estudiar los posibles riesgos al aplicar la IA, regulando su composición orgánica y sus competencias. Además, incluso proponen que se cree un Consejo Consultivo sobre el uso de la IA, para asegurarse que se aplica correctamente la ley y que no dañe los derechos fundamentales y las libertades públicas. En este caso también se añade una composición orgánica y sus competencias.

2.1.6.3 Proyecto de Ley Orgánica para la protección de los menores

En marzo del 2025, se supo que el gobierno había tomado la decisión de incluir los DFP como delito. Tanto el ministro de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes y la ministra de Juventud e Infancia, han propuesto sacar adelante un Proyecto de la Ley Orgánica para proteger a los menores de las amenazas digitales. Para proteger a los menores, los *deepfakes* de carácter sexual se considerará agravante para ciertos delitos sexuales. Además, se trabajarán los espacios digitales seguros para los menores, vigilando el acceso en ciertos links y asegurando de que cada vez más sitios de la red haya acceso de control parental.

2.1.6.4 El Código penal y los DPF

Aunque la Proposición de Ley Orgánica de regulación de las simulaciones de imágenes y voces de personas generadas por medio de IA, aún no esté en vigor, hay ciertos artículos dentro del CP que permiten enfrentarse a los DFP y establecer sanciones. A continuación, haremos un repaso sobre los diferentes artículos que ayudan a enfrentarse a esta nueva problemática:

Artículo 187 CP: Este artículo aborda la explotación de la prostitución, incluyendo las formas de coacción, explotación económica y la vulnerabilidad de las personas (en este artículo solo incluyen si son mayores de edad).

Artículo 187.1 CP: Habla sobre la violencia ejercida mediante el engaño e intimidación que ejercen aquellas personas que están en una situación de superioridad. Lo que pretenden es mantener a las personas dentro de la prostitución. La pena que conlleva este artículo es de dos a cinco años de prisión y multas desde doce meses hasta veinticuatro meses. En el caso de que haya beneficios económicos, la condena de prisión será de dos a cuatro años y una multa de doce y veinticuatro meses.

Artículo 187.2 CP: Aborda los distintos agravantes que existen, aquí la pena es la mitad superior del anterior artículo. En el apartado b) considera que es agravante cuando la persona que se beneficia pertenece a una banda criminal. En el apartado c) es cuando el culpable ha puesto a la víctima en una situación de peligro de salud o de vida, no importa si ha sido de forma dolosa o imprudente.

Relacionado este artículo con los DFP, se podría contemplar el artículo 187, pues hay personas que sí que consiguen beneficios con la venta, distribución y creación de estas imágenes manipuladas, subiéndolas a páginas pornográficas o en grupos de Telegram, por lo que los beneficiarios se podrían enfrentar a dos o cuatro años de prisión y una multa de doce a veinticuatro meses. Aunque se agrava la pena si detrás de esto hay bandas criminales que se dedican a ganar dinero a través de esto. Por otra parte, en el apartado c también podemos relacionarlo, pues estas imágenes pueden afectar la salud mental de las víctimas empeorando su calidad de vida.

Como siguiente punto, en el art. 188.1 del CP se explica las sanciones que se dan a aquellas personas que promueven o faciliten la prostitución a aquellas personas vulnerables, menores de edad y personas discapacitadas. Estas personas se enfrentan a una pena de prisión de dos a cinco años, y a multas de doce a veinticuatro meses. Si la víctima es menor de dieciséis años la pena de cárcel subiría de cuatro a ocho años.

En el art. 188.3 estas penas incrementan cuando ocurra unas de las siguientes circunstancias: En el apartado b) cuando el responsable es una persona que está dentro

del círculo de la víctima y tiene una superioridad. El apartado c) si la persona es un funcionario público que se aprovecha de su posición para realizar el delito. En el punto d) como hemos nombrado anteriormente en el artículo 187.2.c, no importa si hay dolo o ha sido intencionadamente, es agravante cuando se pone en peligro la vida o la salud de la víctima. Y en el apartado f) hay un agravante cuando el causante pertenece a una organización que se dedican a estas acciones.

Relacionamos este artículo porque los menores de edad también pueden ser víctimas de la pornografía deepfake. En el art.188 sancionan a las personas que facilitan la prostitución de los menores para fines sexuales. Aunque la pornografía deepfake no es real, se podría considerar a la persona que está detrás de estas imágenes manipuladas y/o al difundidor de estas, como una persona que facilita la explotación sexual, esto se debe a que están utilizando la imagen de una persona menor de edad (considerada vulnerable) para crear contenido sexual, dañando de esta forma su imagen y dignidad.

El artículo 189.1.a dice lo siguiente: aquel que utilice a un menor de edad para fines pornográficos o exhibiciones sexuales, (sin importar si son públicos o privados) o incluso financie o se beneficie de estas acciones será sancionado con una pena de una a cinco años de prisión. En el artículo 189.1.b también se penaliza con la misma pena que el artículo 189.1.a, si se facilita la difusión de pornografía infantil, aunque el contenido no se sepa de su procedencia. Se considera pornografía infantil a) el material que muestre a un menor participando en una conducta sexual real, explícita o simulada. b) que se vean los órganos sexuales del menor de edad haciendo un acto sexual. c) que existan imágenes realistas del menor haciendo un acto sexual o imágenes de los órganos sexuales del menor.

Se puede relacionar la pornografía deepfake a este artículo por diversas razones. En el apartado a) dice que penalizan aquellos casos donde se simule a un menor de edad participando en una conducta sexual, el contenido de pornografía deepfake podrían estar incluidos, pues cogen el rostro del menor y se inventan el cuerpo de este; aunque no hay como tal un menor haciendo estas acciones sí que existe la representación, lo que debería de ser suficiente para ser penalizado. En segundo lugar, el apartado b) explica que la visualización de los órganos sexuales de un menor en un acto sexual está penalizada, la pornografía deepfake se inventa el cuerpo del menor, pero sí que hace la representación

de este. Y por último el apartado c) habla sobre imágenes realistas, por lo que podemos incluir las imágenes creadas por la IA hiperrealistas hechas gracias a las nuevas herramientas.

El artículo 189 bis explica que, si hay alguna difusión de contenido pornográfico infantil a través de las redes sociales, internet o de cualquier tecnología para incitar, promover, fomentar, la visualización de este contenido tendrá una sanción de multa de seis a doce meses o una pena de prisión de uno a tres años.

2.1.7 Estudio de caso en España

En España, en el año 2023 el caso Almendralejo (Extremadura) saldría a la luz, generando un gran revuelo, al ser el primer caso conocido en España. Aunque hay que aclarar que este caso no ha sido el primer caso de desnudos falsos generados por la IA, existen muchos más casos; la diferencia ha sido que en este caso las madres de las víctimas no iban a permitir que el caso se quedaría en el olvido. Su objetivo y el de otras madres es que el caso llegue al Parlamento Europeo y que los casos de la IA sean incorporados dentro de la agenda política (Espada, 2023).

2.1.7.1 Entrevista a la madre de la víctima

Desde el Canal Extremadura, hace más de un año, concretamente el pasado noviembre del 2023 se realizó una entrevista a una madre de una de las víctimas que quiso visibilizar el problema que sufrieron su hija y otras jóvenes de Almendralejo en redes sociales.

Una de las primeras preguntas realizadas a la madre es si cree que si no hubiera dado el paso de difundir el caso de su hija en redes sociales se hubiera diluido, a lo que contesta que sí, que eso está pasando en todas partes del mundo y que la gente coincide en lo mismo, que no se está atendiendo correctamente la situación. Que muchos dicen que son “cosas de niños” y que “tampoco es para tanto”. Incluso el jefe de policía de Almendralejo declaró que lamentaba que se les hubiera tratado a los menores a los que están detrás de las manipulaciones de las fotos como auténticos terroristas. Comenta que hay un tabú en violencia en la infancia y en la adolescencia, y es algo que la sociedad no quiere ver y que esto se debe a que los adultos no quieren sentirse como si hubieran fracasado.

La pregunta más esperada fue si sintió apoyo de las fuerzas de seguridad del Estado, a lo que contesta, que ella quiere hablar de forma genérica pero que es algo que se repite mucho. Hace falta mejorar los protocolos y formación a los profesionales tanto en el ámbito policial, como en el sanitario y en el educativo para así poder gestionar estos casos de forma correcta. No quiere señalar a nadie en concreto, porque tenemos que mejorar todos como sociedad.

RTVE informa que esta madre se fue con un grupo de expertas a Bruselas al Parlamento Europeo con el fin de promover cambios. En su discurso ella recalco que para combatir la violencia sexual de forma efectiva hay que hacer buenas prácticas, formación y prevención para aquellos que trabajan con menores. Además de sancionar a aquellos centros que no cumplan los programas de prevención. Hay que cambiar la mentalidad y premiar aquellos colegios y centros que hacen una buena gestión de estos casos y de no tener el pensamiento de que estos casos quitan el prestigio del colegio.

2.1.7.2 Decisión final del juez y opinión de la madre

El juzgado de Badajoz ha tomado la decisión de imponer a los 15 menores que estaban detrás de la manipulación y difusión de imágenes falsas de desnudos a chicas menores de edad, a un año de libertad vigilada donde se les formará sobre afecto sexual, la responsabilidad de utilizar tecnología de comunicación, y de sensibilizarlos sobre violencia de género. Se les ha declarado culpables de 20 delitos de pornografía infantil y otros contra la integridad moral (elDiarioex, 2024).

Como informa este periódico, el pasado mayo del 2024, las familias de las víctimas recibieron la propuesta de la Fiscalía para que ambas partes estuvieran conformes con la sentencia. Ambas partes de las familias estuvieron de acuerdo con ello, así evitando que los menores pasarán por el proceso judicial, además de dar un toque de atención a la sociedad.

Observando el vídeo de la madre podemos concluir que nos está dando una lección de calma y paz ante la situación vivida por su hija y ella. Efectivamente la madre muestra su conformidad con la sentencia nombrada y con la pena aplicada a los menores. Su felicidad se divide en dos partes, la primera en que la sentencia ha sido clara y concisa, mostrando la verdadera naturaleza del delito y al mismo tiempo satisfecha con la sentencia porque

hay que recordar que estamos hablando de menores que tienen que ser reeducados en sexualidad, en comunicación, en violencia de género e igualdad. Espera que este caso sea un ejemplo para las demás situaciones que se puedan dar en el futuro (Al Adib, M. @miriam_al_abid. 2024, 10 julio).

2.1.7.3 Aplicación de deepfake

Los expertos ya advertían sobre los posibles peligros que podía conllevar la IA, y más cuando esta tecnología está al alcance de todos. Uno de los usos ha sido la creación de aplicaciones para desnudar a cualquiera, un ejemplo ha sido la aplicación de Clothoff muy famosa en España por estar detrás de las fotos falsas del caso Almendralejo (Martín, 2023).

2.1.8 Facilidad de acceso y su funcionamiento

Durante el apartado, toda la información explicada ha sido abstraída después de la investigación realizada por la autora del presente trabajo, con la intención de conocer el modus operandi de la aplicación Clothoff.

Clothoff es tan fácil de conseguir cómo escribir en el buscador de cualquier navegador de internet la palabra Clothoff, donde te saldrá el enlace de la página oficial. Cuando haces click en la página web de Clothoff, este te da la bienvenida con una serie de reglas como:

- Hay que ser mayor de 18 años (en ningún momento vigilan que eso sea cierto o no).
- La segunda regla es que no puedes desnudar a personas sin su consentimiento ni tampoco a menores de edad, (obviamente es cierto que es muy difícil vigilar ese comportamiento)
- La tercera regla es que ellos no se hacen responsables de las posibles consecuencias, pasando esta responsabilidad a los usuarios que producen estas imágenes.

A continuación, cuando aceptas estas normas hay diferentes imágenes (todas de mujeres) de desnudos con diferentes poses, y más adelante te ofrecen los distintos planes de servicio. Las primeras imágenes son de forma gratuita, pero cuando este plan gratuito se termina, las siguientes imágenes son de pago. Este pago se puede realizar a través de la

cuenta bancaria o como alternativa con las monedas virtuales de esta aplicación. Dichas monedas se consiguen de diferentes formas: una de ellas es invitando amigos a que se unan a la aplicación, otra forma es que suban estas imágenes al Telegram, etc.

La diferencia que hay en los diferentes planes que ofrecen son: la calidad de la imagen, prioridad en la cola (es decir, con esto podemos intuir que para crear estas imágenes falsas hay una lista de espera) y en los planes más caros, ofrecen el servicio de poder cambiar la pose de la fotografía y poner una pose más sexual (estos datos se han obtenido después de realizar una investigación para conocer de primera mano cómo funcionan este tipo de páginas webs).

2.1.8.1 Marketing

Como cebo este programa incita mediante regalos y/o descuentos de forma regular con el objetivo de crear una adicción en los usuarios, para que vayan creando más y más imágenes. El marketing de esta aplicación sabe captar la atención de estos usuarios mediante el humor a través de las redes sociales. Un ejemplo que llamó mucho la atención fue el del pasado marzo de 2024. Clothoff decidió “celebrar el día de la mujer” ofreciendo a los usuarios un descuento y regalando monedas virtuales gratis, para así darles a estas mujeres una sorpresa.

En la publicación de “X” dicen textualmente “Para que regalarle flores cuando le puedes enviar fotos picantes” y debajo de la imagen una mujer desnuda. Llegando así a su público a través del humor camuflando unas acciones ilegales menospreciando a las mujeres.

2.1.8.2 Popularidad entre los usuarios

Clothoff es una de las aplicaciones más conocidas que ofrecen este servicio. El pasado julio del 2023 su cuenta de X estuvo cerca de alcanzar los 3.000 seguidores, aparte de que en su canal de Telegram alcanzan los 748.000 seguidores, donde regularmente comentan las nuevas mejoras y comodidades. Dan la bienvenida a los usuarios con mensajes como que son la mejor IA para desnudar, asimismo ellos afirman que sus servicios atraen todos los días a miles de usuarios. Consiguiendo una auto felicitación por haber conseguido el pasado agosto del 2023 un incremento del 70% de nuevos consumidores (Martín, 2023).

2.1.9 La figura del criminólogo en campañas de concienciación

En la época actual, la prevención del delito ya no es una materia exclusiva de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, afortunadamente los medios de comunicación han empezado a ejercer un papel fundamental en materia de prevención. Un ejemplo conocido sería la campaña de Antena 3 sobre la violencia de género y doméstica, llamada: “Tolerancia cero”. En esta situación, los criminólogos tienen una función importante; planificando y ejecutando las campañas de concienciación y prevención criminal. La autora Myriam Herrera Moreno (2014), profesora de Derecho Penal, como otros autores, ha estudiado cómo las campañas sociales pueden ayudar a cambiar patrones de comportamientos delictivos y ayudar a sensibilizar a la sociedad.

La figura del criminólogo proporciona un entendimiento sobre aquellos elementos que afectan en la conducta delictiva, además de saber identificar aquellos perfiles de riesgo. De acuerdo con Herrera Moreno (2014), un enfoque criminológico dentro de las estrategias de comunicación puede ayudar a crear un mensaje más eficaz tanto para disuadir a los infractores como para educar a las posibles víctimas. Así, la prevención criminal consiste tanto en advertir sobre los posibles peligros, como en cambiar actitudes y comportamientos a través de mensajes convincentes y bien fundamentados.

Uno de los objetivos del criminólogo es velar por la prevención primaria, secundaria y terciaria. La prevención primaria no se centra solo en el individuo, sino en toda la sociedad. El criminólogo tiene el deber de trabajar en la educación, la socialización, en la política cultural, etc. para poder reducir los riesgos de incidencia del delito. La prevención secundaria, se dirige a aquellos individuos que pueden ser un grupo de riesgo, el criminólogo tiene la obligación de influir a los grupos de riesgos antes de que delincan o antes de que se conviertan en posibles víctimas. Por último, la prevención terciaria tiene el objetivo de luchar contra la reincidencia de aquellas personas que ya han delinquido (Fernández, 2017).

2.1.10 Teorías que justifican la importancia de la campaña de concienciación

2.1.10.1 Teoría de la Neutralización de Skyer y Matza

Skyer y Matza (2008) describieron las técnicas de Neutralización que utilizaron algunos delincuentes para poder justificar los actos cometidos y así poder evitar el sentimiento de culpa. Estos autores desarrollaron 5 técnicas de la neutralización, en este trabajo analizaremos 3 técnicas:

- La negociación de la responsabilidad: En este caso el delincuente no se define como responsable del acto. No solo hablan de escudarse con el típico “accidente” si no que pueden culpar a otros factores que les rodea, como: las malas compañías, el barrio en el que viven, los padres, etc. Es decir, desvían la culpa hacia otras direcciones en vez de reconocer las acciones. En el caso de los DFP, algunos creadores podrán justificar sus creaciones, excusándose de que ha sido culpa de la IA o culpa de las instituciones que permiten que existan aplicaciones que ayuden a crear estos falsos desnudos.
- La negación del daño: Los autores se centran en la justificación del daño. El delincuente en este caso evalúa el daño causado y sostiene que su comportamiento en realidad no ha causado ningún daño importante, aunque la ley lo prohíba. En ocasiones algunos miembros de la sociedad también justifican estas acciones excusando las acciones como: “*son chiquilladas*”, “*solo ha sido una broma*”. Perfectamente podemos enlazar esta técnica con el caso de Almendralejo donde una madre se quejaba de que mucha gente no le estaba dando la importancia que tenía las acciones de estos jóvenes.
- La negación de la víctima: La negación de la víctima: Los delincuentes cuando niegan que existe una víctima puede ser por diversas razones; mencionan que el delincuente puede justificar el daño causado, porque la víctima se lo merecía. Otra de las razones que comentan es cuando la víctima no está físicamente presente, por ello no sienten en su consciencia el sentirse responsables. En este último punto podemos vincularlo con los autores de los DFP que ellos mismos no se sienten responsables porque niegan que haya una víctima porque en realidad no es su verdadero cuerpo el que se muestra.

2.1.10.2 Teoría del Aprendizaje Bandura

Muchos de los aprendizajes se deben gracias a los contextos sociales (Hikal, 2016). De acuerdo con el autor Hikal (2016) citando a Bandura, el aprendizaje se puede utilizar tanto para promover valores, como para aprender un modelo adecuado para la sociedad. Por otro lado, el aprendizaje también puede causar un rechazo a los valores, empezando así una carrera delictiva. Relacionando esta teoría con los DFP, muchos de los creadores de estos contenidos no consideran a la persona afectada como una verdadera víctima, ya que pueden tener un pensamiento distorsionado creyendo que como no se muestra verdaderamente su cuerpo, no se puede considerar una víctima.

La cuestión de la relación de esta teoría con la campaña es deshacer ese pensamiento distorsionado mostrando con los elementos de la campaña, el daño que sufre la víctima, mostrando todo aquello que ellos o ellas no quieren ver. Como se ha mencionado anteriormente, el aprendizaje se produce por un contexto social, sacar a la luz el tema de los DFP permite que la sociedad visualice el impacto del contenido, permitiendo que se hable, y aún más importante, que se eduque a los más jóvenes, para poder encontrar un punto de reflexión.

2.1.10.3 Teoría del control social Hirschi

Hirschi, (2003) dentro de su teoría identificó 4 elementos del vínculo, el apego, la creencia, el compromiso y la participación, para poder explicar los factores de protección que pueden diferenciar el comportamiento del sujeto.

- El apego: Lo identifican como un elemento importante, por la explicación de que aquellos sujetos que no les importa la opinión de los demás sobre él y tampoco les importa el deseo de las otras personas, tienen una probabilidad mucho más alta de desviarse. Si el sujeto tiene un vínculo positivo con otras personas, el individuo estará protegido por el apego, consiguiendo un factor de protección.
- La creencia: Cuando el individuo no está dispuesto a seguir las normas y los valores que siguen los demás, es evidente que este mismo sujeto en algún momento pueda desviarse. En cambio, un sujeto que sí respeta las normas y cree en los valores de la sociedad, la probabilidad de que delinca es mucho más baja.

- El compromiso: Las personas normalmente no delinquen porque tienen miedo a las consecuencias. La idea es que los individuos trabajen en sus vidas, estudiando, trabajando, realizando actividades para que sientan que están dentro de una sociedad organizada y que todo su trabajo puede peligrar si se cometen actividades delictivas.
- La participación: Con la participación, los autores pretenden explicar que, si el individuo está tan ocupado realizando otros asuntos, no tendrá tiempo para realizar actividades desviadas. Como están tan ocupados con sus horarios, vida de familia, pareja u otros asuntos, nunca piensan en la oportunidad de delinquir.

La teoría de Hirschi (2003), nos permite comprender la importancia de que se trabajen los factores de protección para evitar que el sujeto se desvíe. En aquellos casos donde no exista alguno de los cuatro elementos del vínculo, existirá una probabilidad más alta de que el comportamiento sea desviado que en aquellos casos donde sí que se encuentran alguno de los vínculos. Los creadores de los DFP muestran que hay una falta de control social en sus vidas. El victimario puede tener una vida donde no existen unos lazos sociales fuertes, existe una escasa asimilación sobre las normas éticas y legales o que no tienen ningún compromiso.

2.1.11 Aportación de las campañas a los ODS

Las ODS (objetivos de desarrollo sostenible) fue una creación de la Unión Europea, donde tiene diferentes objetivos de distintas áreas como: la educación, la salud, la pobreza, el medioambiente, entre otros. En este trabajo abordaremos los objetivos de la agenda 2030 que se relacionan con los DFP.

- ODS 4: Educación de calidad: La educación es una herramienta muy poderosa para asegurar que todos los niños del futuro sean la mejor versión de ellos mismos. Por ello es muy importante educar a los niños sobre los peligros y las consecuencias que pueden conllevar los *deepfakes*, promoviendo un buen uso de la tecnología.
- ODS 5: Igualdad de género: Es fundamental que exista la igualdad de género, todas las mujeres y las niñas puedan tener las mismas oportunidades que los

hombres y los niños. Con las nuevas tecnologías han surgido los DFP, un fenómeno que vulnera los derechos fundamentales de ellas, afectando su dignidad e intimidad.

- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico: Está ODS no es tan directa como las anteriores, pero sí que tiene relación de forma indirecta. Como hemos nombrado en algún punto del trabajo, los DFP pueden afectar al trabajo de las mujeres. En el caso de las políticas están expuestas al foco público y la creación del material sexual falso puede perjudicar en su labor.
- ODS 16: Paz, Justicia e Instituciones sólidas: Lo que pretende este objetivo es promover sociedades justas. En el caso de los DFP, están considerados como acciones penalizadas por lo que provocan una violación a los derechos de la gente, además de que existe una desconfianza dentro de la sociedad ante estas nuevas herramientas de la IA.
- ODS 17: Alianza para lograr los objetivos: Actualmente estamos en una era donde el mundo digital nos permite que todos estemos conectados, facilitando de esta manera la cooperación con todo el mundo. La finalidad del ODS es que entre todos se puedan lograr las metas.

2.2 Hipótesis: Resultados esperados

En el presente apartado se plantean las hipótesis que guiaran el análisis del fenómeno de los DFP. Estas hipótesis han sido formuladas a partir de la revisión teórica y del contexto actual en torno a esta problemática, con el objetivo de contrastarlas empíricamente. Se parte de la premisa de que los DFP generan consecuencias negativas para las personas afectadas, especialmente en términos de acoso y vulnerabilidad social (H1). Asimismo, se anticipa una mayor prevalencia de mujeres entre las víctimas, lo cual se relaciona con patrones de violencia de género digital (H2). Por último, se explora la posible ausencia de campañas de concienciación o prevención, específicamente dirigidas a esta modalidad de violencia digital (H3).

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Metodologías

3.1.1 Revisión bibliográfica

En primer lugar, en este trabajo se han realizado búsquedas por parte de revisión bibliográfica para obtener datos e información sobre el reciente fenómeno de los DFP. Se utilizaron las siguientes palabras clave para las búsquedas: inteligencia artificial, deepfakes, violencia de género, casos de deepfakes pornográficos. Se utilizaron diferentes plataformas de *Google académico*, *sciELO*, *dialnet* encontrándose diversas fuentes, siete artículos académicos, seis informes, once artículos periodísticos y cinco libros/manuales para encontrar información veraz y precisa. Asimismo, para conseguir detalles en torno a los casos de DFP se ha recogido información de diversos periódicos. Todas las fuentes consultadas para realizar el presente trabajo están referenciadas en la bibliografía, citadas en APA 7th edition.

3.1.2 Elaboración de una campaña de prevención

Para realizar esta parte del trabajo, se ha utilizado una metodología acorde a la elaboración de una campaña de prevención. Para su elaboración es necesario saber cuáles son los objetivos, el público general y el mensaje. Además, se plantearán los medios que se van a emplear para conseguir la máxima audiencia, el material que se va a emplear para la campaña (posters, anuncios, videos, etc.) Y por último la descripción del presupuesto económico para el desarrollo de la campaña. En algunos puntos de la elaboración de la campaña, se hace referencias algunas fuentes como apoyo a justificar algunos puntos como, por ejemplo, las edades que están dirigidas o cuando se justifica la campaña, entre otros. La campaña elaborada para este trabajo tiene como slogan “Para ti una broma, para ella una condena” y para su propósito se han desarrollado unos posters y un vídeo. Para visualizar donde deberían estar colgados los posters se hicieron unos mockups para ayudar al investigador a tomar la decisión de donde debieran ir localizados.

Por otro lado, tanto los posters como el anuncio de video participaron siete personas, todas mayores de edad, donde antes de realizar las grabaciones fueron informadas sobre la finalidad del trabajo y comprendiendo que su participación era voluntaria, en Anexo N°1 se encuentra el formulario que tuvieron que rellenar los participantes. Para la creación de

los carteles se utilizó la aplicación Adobe Photoshop y para editar el anuncio de la campaña se empleó Adobe Premiere.

4. CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN #PARA TI UNA BROMA PARA ELLA UNA CONDENA

Con todos los datos recopilados anteriormente se pretende realizar una campaña enfocada a la concienciación en el uso de los *deepfakes* y los riesgos que este conlleva. A continuación, se describen los apartados necesarios para la propuesta de campaña:

4.1 Objetivos

Considerando los porcentajes mostrados en el marco teórico y la demostración de los diversos casos, que revelan el incremento y la peligrosidad de los *deepfakes*, queda justificado la importancia de promover un espacio seguro dentro de las redes sociales e internet. Por ende, el objetivo principal de la campaña es:

- Dar visibilidad a este nuevo delito, para concienciar a la población de la gravedad de sus consecuencias y para darle voz a las víctimas.

Como objetivos específicos:

- Concienciar a las personas creadoras de deepfakes de que sean conscientes de las consecuencias que pueden provocar manipulando fotos y enviándolas o subiéndolas.
- Promover la comunicación de los padres, tutores y profesores para hablen de las posibles acciones relacionadas con los deepfakes con los más jóvenes, tanto si son víctimas, para que no les cueste tanto hablar y pedir ayuda, o si son victimarios para que sean conscientes de sus actos.
- Sensibilizar a las instituciones formales para que instauren estrategias que eduquen a los jóvenes sobre el riesgo y las consecuencias de crear material pornográfico falso de otra persona.

4.2 Público objetivo

4.2.1 Hombres y mujeres

La campaña está dirigida a personas de ambos géneros de toda la sociedad, pero se le intenta transmitir a cada uno un mensaje distinto. Como hemos nombrado en el marco teórico, el 99% de las víctimas de DFP son mujeres. El mensaje que se quiere transmitir a ellas es que, si han sido víctimas o si en un futuro son víctimas, no hay que tener miedo o sentirse avergonzadas, hay que empoderarlas.

Por otra parte, tanto a las mujeres como a los hombres, si son profesores o padres/madres, tíos/as, etc. y tienen preadolescentes, adolescentes o jóvenes adultos que hablen del tema con ellos/as para que se sientan más seguros y que el factor familiar y social ayude a prevenir que tengan la tentación en crear algún DFP. A los victimarios, el mensaje es que tengan mucho cuidado a la hora de crear estas imágenes y videos falsos porque tienen graves consecuencias.

4.2.2 Edades

La campaña va dirigida a todas las edades, todos deberían de saber que son los DFP y conocer sus consecuencias, tanto los adolescentes, jóvenes o adultos, cada uno en su rol de víctima, victimario o aquellos que ejerzan de factor protector como padres, hermanos mayores, profesores, etc. Según el INE (Instituto nacional de estadística, 2024) los jóvenes de entre 11-24 años son el rango de edad que más utiliza las redes sociales e internet, por lo tanto, hay una mayor probabilidad de que sean tantas víctimas como creadores de DFP. Aunque todas las edades pueden ayudar a ser un factor de protección tanto a las víctimas, como a los creadores de DFP.

4.2.3 Justificación del tema

Los medios de comunicación, para bien o para mal, son herramientas muy poderosas. De esta manera, se han utilizado estos medios con el fin de educar y difundir información y valores. Según Miguel Clemente (2013) es fundamental promover una educación con valores por medio del control social informal primario y por el control social informal secundario (los medios de comunicación). Diversos estudios han llegado a la hipótesis de

que ciertos medios afectan a los jóvenes, especialmente en la actualidad la televisión e Internet (Fernández, 2017).

Está claro que los DFP son un problema que atenta contra los derechos y la privacidad de las personas. Y que posiblemente el caso Almendralejos sea solo uno de los miles de casos que hay, pero por desgracia muchos de estos casos han sido escondidos debajo de la alfombra, por diferentes motivos. Por eso uno de los objetivos de la campaña es dar visibilidad a ese nuevo delito al que nos enfrentamos todos. Digo todos porque manipular una imagen para desnudar una persona, se les puede realizar a todo el mundo, no importa la edad, la raza o el género (aunque en algunas aplicaciones que se dedican a desnudar solo desnudan a mujeres).

4.2.4 Mensaje y tono

Los DFP, es un tema muy serio, por ello en la campaña se pretende que los usuarios reflexionen acerca de las consecuencias de este delito, que cuando vean tanto los carteles, como el anuncio, sientan empatía por las víctimas y sientan la necesidad de involucrarse, de hablar y de proteger. #Para ti una broma, para ella una condena, es el eslogan de la campaña, con este eslogan lo que se pretende es enviar un mensaje claro y serio, mostrar al público una escena que le puede ocurrir a cualquiera; hay que recordar que, aunque la gran mayoría de las víctimas de los DFP son las mujeres también le puede ocurrir a un hombre independientemente de su edad.

4.3 Los medios de comunicación y plataformas

4.3.1 Televisión

La televisión es un medio fundamental para conseguir que la campaña de concienciación llegue al máximo público posible, ya que hoy en día, un gran porcentaje de personas tienen acceso a una televisión. Gracias al medio de televisión, los anuncios de las campañas tienen diversas opciones que pueden ayudar al público a entender de forma eficaz el mensaje que se quiere transmitir (Vázquez y Gutiérrez, 2016).

Para poder maximizar la eficacia de la campaña, es importante conocer qué franja de horarios tienen la mayor audiencia. En España hay varios picos de consumo televisivo. Según Epdata, se visualiza más la televisión entre semana, entre las 20:00 y 24:00 horas;

seguida por el horario de sobremesa de 13:30 a 17:00 horas. Para maximizar la campaña de concienciación sobre los DFP, se ha diseñado un horario con el fin, de que tanto jóvenes como adultos reflexionen, dándoles una oportunidad para hablar sobre el tema. Los horarios escogidos son:

- Horario de sobremesa, entre las 13:30 y 17:00, es un buen momento después de acabar los jóvenes el instituto/universidad y los padres el trabajo para estar todos reunidos comiendo o después de comer.
- Horario por la noche, entre las 20:00 y 24:00, es un horario perfecto donde hay más probabilidad que en el horario anterior de que la familia se encuentre junta, facilitando la conversación educativa entre padres e hijos.

4.3.2 Redes sociales

Para enfocar hacia que redes sociales actuar se analizó el caso de España, que se utiliza más internet. En 2024 se incrementó en España el uso del internet, un 0,4% más que en el año 2023 (INE). Hay un gran número de usuarios dentro de las redes sociales, cada vez más gente utiliza las redes sociales para llegar de forma más cercana a los usuarios (INCIBE). La campaña de concienciación como está dirigida con una variedad de edades se realizará diferentes publicaciones a distintas redes sociales. Un estudio sobre las redes sociales en 2024, desarrollado por IAB Spain y la agencia Elogia concluyeron al final de sus investigaciones que el 86% de los españoles emplean las redes sociales. Asimismo, las redes sociales más conocidas se encuentran: Whatsapp, Facebook, Instagram, “X” y TikTok. Para esta campaña se utilizarán las siguientes redes:

- **Instagram:** Instagram, es una de las principales redes que más se utilizan entre los usuarios de España. Los beneficios que ofrece son varios y muy completos. Con esta red social se puede hacer posts (con más de una diapositiva), subir vídeos, hacer directos y crear “stories” (historias).
- **“X”:** Según la propia red social, los usuarios que utilizan X visualizan un 26% más de su tiempo observando anuncios que otras redes sociales.
- **TikTok:** TikTok, cuenta con una amplia audiencia, tiene más de 1.500 millones de usuarios a nivel global. Una de las capacidades de esta red social es que puede llegar a ser muy fácil que el material publicado se vuelva viral (José, 2024).

- **Facebook:** Facebook es una red social que cuenta con más de 2.8 millones de usuarios. El principal objetivo de esta red social es que sus usuarios se conecten con otras personas, compartan contenido y que interactúen. Una de las ventajas de Facebook es que todos los usuarios pueden comentar en los contenidos publicados, abriendo debate. Además de ofrecer la segmentación precisa para dirigir el contenido a grupos específicos (ND Marketing Digital, 2024).

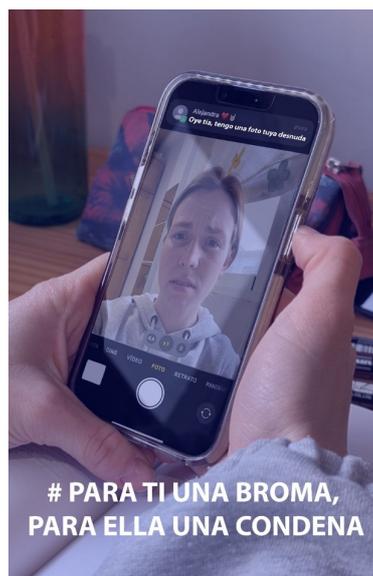
Para que la campaña de DFP tenga eficacia en las redes sociales es indispensable conocer los días y las horas donde más usuarios están conectados. Un informe realizado por Sprout Social muestra, los mejores días y horas para publicar contenido en las redes (Lastra, 2024). A raíz de los resultados se publicarán los contenidos de la campaña:

- En Instagram, los martes, miércoles y jueves de 9:00 a 16:00
- En X, los martes, miércoles y jueves de 9:00 a 15:00
- En TikTok, los miércoles y jueves entre las 9:00-12:00 y 14:00-18:00
- En Facebook, lunes hasta el jueves de 9:00 a 17:00

4.3.3 Material elaborado para las publicaciones:

En las Figuras 6 y 7 se muestran los carteles elaborados.

Figura 6: Cartel N°1 La notificación



Para observar la imagen completa vaya a Anexo N°2- Figura 6

Figura 7: Cartel N°2: *Imaginación Responsable*



Para observar la imagen completa vaya a Anexo N°3- Figura 7

4.3.4 Hashtags

Los hashtags aparecieron por primera vez en Twitter en 2007. Twitter lanzó esta nueva herramienta al principio con la intención de registrar contenidos parecidos, tuvo tanto revuelo, que un año después crearon los *trending topics*, con esto todos los usuarios pueden saber qué temas están más de moda. Fue tanta su fama que empezaron a propagarse hasta llegar a otras redes sociales. Aunque los hashtags dentro del mundo de las redes sociales son herramientas muy eficaces; no solo sirven para organizar el contenido, sino para potenciar el alcance de las publicaciones, llegar a más usuarios, conectar con otras comunidades, etc. (La Rocca, 2020).

¿Cómo el hashtag puede servir para la campaña de concienciación? Existen diversos movimientos donde la utilización del hashtag ha tenido una gran implicación en redes sociales, algunos ejemplos serían #BlackLivesMatter o #NiUnaMenos, movimientos que arrasaron por internet defendiendo su causa. Los hashtags elegidos para esta lucha social van más allá de ser simplemente una etiqueta, sino que se convierten en el símbolo de lucha. Barbara Zeifer, (2020) introduce los “*hashtags contestatarios*” estos hashtags atraviesan cualquier medio de comunicación para convertirse en el logo, de los pins, de las banderas y otros tipos. En otras palabras, con la ayuda de los hashtags contestatarios se ha creado una forma nueva de empezar un movimiento, logrando a través de las redes sociales aglomerar cientos de personas que defienden la causa.

4.3.5 Mockups

Los mockups son una herramienta que se emplea para observar de manera realista cómo funcionan, en este caso, los posters de la campaña en sitios reales. Es un material que ayuda mucho a visualizar el trabajo sin la necesidad de dedicar mucho tiempo y dinero.

En el caso de la campaña, los mockups que se han empleado se han colocado en sitios donde todos los días transita mucha gente con una variedad de edades. Se pueden localizar los mockups en: Estaciones de tren, metro, autobús, en centros de salud, en salas de espera, etc. Se ha utilizado esta herramienta previamente para tomar decisiones tanto del diseño, como la localización y el mensaje. Es fundamental elaborar una evaluación estratégica para identificar aquellos espacios públicos con más probabilidades de que la difusión de la campaña sea un éxito, transmitiendo de forma efectiva que el mensaje se transmita con claridad y fuerza. En la Figura 8 y 9 se muestra los Mockups en las paradas de transporte.

Figura 8: Muestra N°1 en el metro



Para observar la imagen completa vaya a Anexo N°4- Figura 8

Figura 9: Muestra N°2 en la parada de autobús



Para observar la imagen completa vaya a Anexo N°5- Figura 9

4.4 Desarrollo material

En la campaña se han creado dos carteles, cada uno dirigido hacia un público objetivo, pero con la intención de que cause efecto a todo el público en general.

4.4.1 Cartel N°1: La notificación

- **Descripción del diseño:** Una captura de pantalla simulada de una conversación en una aplicación de mensajería instantánea. El mensaje muestra a una amiga advirtiendo a la víctima con un texto que dice: "Oye tía, ¿Te has hecho una foto desnuda?". En el fondo, difuminada, se puede intuir la silueta de una persona mirando su móvil, dando sensación de vulnerabilidad y aislamiento.
- **Idea:** Hoy en día nos comunicamos mucho a través del móvil, por eso la idea de hacer una escena común para todos, para que se sientan más reflejados.
- **Objetivo del cartel:** Dirigido a jóvenes entre 11 y 25 años (potencialmente víctimas de deepfake), busca generar empatía y visibilizar cómo este tipo de

situaciones impacta emocionalmente. Además, promueve que las víctimas entiendan que no están solas y que existen recursos para ayudar.

- **Mensaje principal:** El mensaje principal es como una alerta dirigida hacia los jóvenes sobre la existencia de este delito y la importancia de que decidan hablarlo y denunciarlo.

Estrategia: Este cartel estará publicado en las redes sociales (Instagram, TikTok,) lugares frecuentados por jóvenes, centros comerciales de ocio, escuelas e institutos y universidades.

4.4.2 Cartel N°2: Imaginación Responsable

- **Descripción del diseño:** Dos personas observando el famoso cuadro de Botticelli, “El nacimiento de Venus”. En él se encuentra Venus, la diosa del amor y la belleza, en la parte derecha del cuadro se encuentra una mujer esperándola con una túnica para taparla, mientras a la izquierda se encuentra los dioses del viento para que Venus se acerque a la orilla.
- **Idea:** Durante siglos la desnudez de las mujeres en el arte ha representado diferentes cosas: como la concepción, la belleza idílica, la mitología, entre otras. Aunque muchas de estas obras no se libran de la representación sexual (ArtMajeur, 2022).

Hoy en día muchas de estas obras antiguas han tenido una repercusión muy diferente a la que nunca van a tener los DFP, que lo único que provocan son emociones negativas. Es una crítica hacia la imaginación sexual de los creadores de este nuevo delito, pues se cree que la motivación de este surge por una gratificación sexual (Harper, 2019).

- **Objetivo del cartel:** Este diseño está dirigido al potencial abusador (o espectadores cómplices). Busca generar una reflexión sobre cómo la tecnología puede ser usada con fines creativos y responsables, pero que su uso para la manipulación maliciosa no solo daña a las víctimas, sino que degrada el valor de la creatividad misma.
- **Mensaje principal:** Es una crítica a aquellas personas que crean este material falso, y que sea una reflexión para toda la sociedad, hay que tener una imaginación responsable y utilizar esa imaginación para crear algo bonito.

- **Estrategia:** Este cartel estará publicado en las redes sociales (Instagram, TikTok,) lugares frecuentados por jóvenes, como escuelas y universidades.

4.4.3 Anuncio para medios

Un anuncio dentro de una campaña de concienciación es muy importante, pues comunica de forma directa el mensaje central de la campaña, hace que el público general tome acciones porque se han visto influenciados, entendiendo de forma clara cuál es el problema. Ese es el objetivo que se pretende creando este anuncio, influenciando aquellas personas que lo están viendo para que se den cuenta de las graves consecuencias que puede pasar una víctima de *deepfake* y tomen acciones, como, por ejemplo: hablar con los hijos en el caso de comportamientos no habituales.

Descripción por escenas: en la Tabla 1, se presentan las descripciones del desarrollo de cada escena del anuncio.

Tabla 1

Fases descriptivas por escenas del video elaborado.

ESCENAS	DESCRIPCIÓN
1	Los padres de la víctima están debatiendo el futuro de su hija
2	La chica está caminando por la calle y está pasando vergüenza porque la gente se burla de ella
3	La niña llorando en la cama
4	Vuelve la escena de las burlas
5	Rebobinando
6	Escena de los mensajes del móvil
7	Cuadro de fondo y reflexión
8	Fundido en negro y ODS

- **Idea:** La idea del anuncio surge con la idea de mostrar al público la realidad en la que puede vivir una víctima y lo difícil que puede llegar a ser para ella. Es un intento de que el público empatice con la víctima y se sientan con la necesidad de hacer algo, como educando a los más jóvenes ya que son los que más utilizan internet.
- **Estrategia:** El video estará publicado en las redes sociales, además de que se emita en los canales de televisión para llegar a aquellas personas que no tengan redes sociales. Además, será una herramienta muy eficaz para aquellos profesionales que vayan a los centros educativos a dar charlas.

En el anuncio, primero se mostrará todas las situaciones malas que está viviendo la víctima y después se mostrará por qué a la joven le están ocurriendo estas situaciones, haciendo un efecto de reflexión para el público, ¿Las víctimas deben de pasar todas estas situaciones, porque otra persona ha decidido utilizar su imagen para degradarla? Lo que se busca con el anuncio es que la audiencia tenga una reacción emocional, por una parte, un sentimiento de empatía por la víctima y por otro lado el sentimiento de indignación siendo el público consciente de las graves consecuencias que está atravesando la víctima. Con estas emociones el objetivo es que la población sienta la necesidad de actuar ante estos delitos, educando a las generaciones más jóvenes para protegerlos y para guiarlos.

Todas las personas que han participado en la campaña de concienciación han sido informadas sobre la finalidad del trabajo y procedimiento. Se les ha resuelto cualquier duda y han participado de forma voluntaria, presentando su consentimiento para poder utilizar su imagen.

El siguiente QR nos dirige al anuncio para medios que se encuentra en YouTube.



4.5 Presupuesto de la campaña

En la Tabla 2 se presentan el presupuesto de la campaña propuesta.

Tabla 2:

Presupuestos de la elaboración de la campaña desglosado por partidas

Categoría	Detalle	Coste Estimado (€)	Responsable
Diseño Gráfico	Creación de posters publicitarios	3.000	Diseñador Gráfico
	Actores para realizar el video de campaña	6.000	Agencia/Freelancers
Producción Audiovisual	Alquiler de material para grabación	4.000	Productora
	Dirección, grabación, edición y guion	10.000	Productora
Mockups y permisos legales	Compra y licencia de mockups	2.000-3.000	Diseño y permisos
Marketing Digital	Gestión de redes y estrategia de contenidos	6.000	Community Manager
	Publicidad pagada en redes (Meta, Instagram, etc.)	8.000	Marketing
Estudio y estrategias	Investigación, análisis y planificación	10.000	Consultoras y Analistas
Extras	Fondo para ajustes o gastos no preventivos	11.000	Dirección de campaña
TOTAL		60.000	

5. CONCLUSIÓN

En base a todo lo que se ha presentado a lo largo del trabajo y con relación a los objetivos mencionados, siendo conscientes de que no se puede conocer el impacto de la campaña de prevención e identificando de que existe una ausencia en la actualidad que aborde la problemática de los deepfakes, se han extraído una serie de conclusiones cumpliendo así con la primera hipótesis, efectivamente durante el presente trabajo se ha comprobado que los DFP generan daños y consecuencias. En el caso de las mujeres políticas, estas mujeres son representadas de manera sexualizada, provocando que la gente no muestre respeto a ellas como profesionales como individuos. Las víctimas menores de edad los DFP pueden desencadenar en acoso escolar contestando a la a la primera hipótesis (H1). Se confirma también la segunda hipótesis (H2), se ha señalado varias veces en el presente trabajo que las mujeres son las protagonistas en el contenido DFP. Finalmente, con la tercera hipótesis (H3) después de una exhaustiva investigación no se ha encontrado ninguna campaña dirigida a los DFP, por lo que también se puede confirmar esta última hipótesis.

Es fundamental que exista una concienciación general sobre los DFP. Esto se atribuye a la necesidad de frenar los casos de este nuevo delito digital. En la actualidad todo el mundo tiene acceso a la IA, lo cual facilita que cualquier persona tenga la posibilidad de crear material sexual falso sin ninguna restricción. Asimismo, es fundamental que tanto padres como profesionales conozcan la existencia de las diversas aplicaciones que promueven y facilitan la creación del material por diferentes redes sociales.

En segundo lugar, la educación ha demostrado ser un punto clave en el presente trabajo. Después de conocer el caso Almendralejo ha generado una reflexión acerca de la importancia de educar a los más jóvenes sobre utilizar de forma ética las herramientas digitales; del mismo modo que seguir reforzando la educación en torno a la violencia de género y la igualdad, dado que como se ha señalado anteriormente muchas de las víctimas, el 99% son mujeres.

Diversos estudios han demostrado que ciertos medios como internet afectan a los jóvenes. La idea de la campaña de prevención surge con la inspiración de otras campañas de prevención, como “Vamos a hablar de pornografía” Que pretenden sensibilizar Sobre el consumo de pornografía en la red. En el caso de la campaña presentada en este trabajo no

se puede conocer el impacto de la campaña, pero la intención es que se hable más de educación digital, que exista más control sobre el material sexual falso y que se consiga descender los casos de DFP.

5.1 La amplitud y limitaciones de la investigación

El presente trabajo analiza con profundidad la problemática de los DFP. Las limitaciones principales del trabajo ha sido buscar información sobre los DFP, debido a que es relativamente un fenómeno nuevo. A nivel nacional España no se han registrado datos sobre este nuevo delito. Todavía hay una ausencia de conocimiento de este suceso, de hecho, hasta este año no existían sanciones para enfrentar esta problemática.

Con este fin se ha desarrollado la campaña de concienciación con el propósito de lograr los objetivos generales y específicos. Asimismo, con el desarrollo de la campaña se contribuirá a alcanzar los objetivos de desarrollo sostenibles descritos con anterioridad en este trabajo.

A continuación, con respecto a las limitaciones del trabajo, es importante mencionar que la campaña de prevención al no haberse publicado aún no es posible conocer el impacto que podría generar, por lo que no se puede saber si la campaña lograría conseguir todos los objetivos. Finalmente, la campaña de concienciación solo es un paso de todo el camino que queda por recorrer, puesto que el funcionamiento de la campaña es informar y educar a la sociedad sobre un problema social.

También se planteó una entrevista con la madre de una víctima, pero al final no se pudo realizar, aunque por suerte puso en disposición una entrevista que realizo con Canal Extremadura unos meses después de que denunciara el caso de su hija. Por último, se ha realizado una investigación para saber si existe alguna campaña sobre los DFP, y no se ha encontrado literatura al respecto.

5.2 Futuras líneas de investigación

España necesita educarse y reflexionar sobre este nuevo delito, puesto que este está muy relacionado con la violencia de género, que se está luchando tanto a nivel nacional como internacional.

La figura del criminólogo es fundamental para la creación de campañas de concienciación. El criminólogo puede aportar ciertos conocimientos que otros profesionales no tienen sobre el delito, las víctimas, el agresor, entre otros. Aquellos elementos que afectan en la conducta delictiva, asimismo, el criminólogo puede identificar aquellos perfiles que son más propensos a cometer el acto delictivo y por el contrario identificar aquellos perfiles que son más proclives a convertirse en víctimas. Estos conocimientos permiten que los elementos de la campaña (carteles y anuncios) estén diseñados con ciertos recursos mucho más efectivos para conseguir penetrar el mensaje dentro del público objetivo.

Como futura línea de investigación, como se ha mencionado anteriormente, sería interesante publicar la campaña y sacar conclusiones sobre ella. Es decir, conocer el impacto; conocer las diversas opiniones: tanto de profesionales, como de padres y jóvenes. Y finalmente, conocer, que conlleva esos impactos; ¿Los centros educativos ofrecerán charlas, talleres, etc.? ¿Los padres pondrán más atención a los actos de sus hijos? ¿Se trabajará para que estas herramientas tan potentes, dejen de ser tan accesibles? Solo el tiempo lo dirá.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajder, H., Patrini, G., Cavalli, F., & Cullen, L. (2019, septiembre). *The state of deepfakes: Landscape, threats, and impact*. Deeptrace.
- Allyn, B. (2022, marzo 16). Deepfake video of Zelenskyy could be «tip of the iceberg» in info war, experts warn. *NPR*. <https://www.npr.org/2022/03/16/1087062648/deepfake-video-zelenskyy-experts-war-manipulation-ukraine-russia>
- ArtMajeur. (2022). La historia del desnudo femenino en la pintura | Revista ArtMajeur. Recuperado 16 de junio de 2025, de <https://www.artmajeur.com/es/magazine/5-historia-del-arte/la-historia-del-desnudo-femenino-en-la-pintura/332521>
- Barrientos-Báez, A., Otero, M. T. P., & Renó, D. P. (2024). Imágenes falsas, efectos reales. Deepfakes como manifestaciones de la violencia política de género. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, Article 82. <https://doi.org/10.4185/rlds-2024-2278>
- Bigas Formatjé, N. (2023, noviembre 2). *El 99% del deepfake dirigido contra las mujeres*. <https://www.uoc.edu/es/news/2023/265-deepfakes-pornograficos-cuando-IA-desnuda-tu-intimidad-vulnera-tus-derechos>
- Clemente, M. y Gordillo, R. (2013). *Introducción a la Criminología*. Madrid, España: udim.
- Cuatrecasas. (2024, 22 de mayo). *Aspectos clave del Reglamento de Inteligencia Artificial*. <https://one.gob.es/sites/default/files/2025-01/Aspectos%20clave%20del%20Reglamento%20de%20Inteligencia%20Artificial.pdf>
- elDiarioex. (2024, julio 9). *Libertad vigilada para los 15 menores responsables de los falsos desnudos de niñas en Almendralejo*. ElDiario.es. https://www.eldiario.es/extremadura/sociedad/libertad-vigilada-15-menores-responsables-falsos-desnudos-ninas-almendralejo_1_11511656.html
- Espada, J. (2023, noviembre 23). *Miriam Al Adib sobre los falsos desnudos de menores en Almendralejo: «Voy a llegar hasta donde pueda para que nadie más pase por*

- esto»". Canal Extremadura.
<http://www.canalextramadura.es/noticias/extremadura/miriam-al-adib-sobre-los-falsos-desnudos-de-menores-en-almendralejo-voy-a>
- España, O. N. U. (2023, diciembre 4). *Cómo afecta a mujeres y niñas la violencia de género facilitada por la tecnología*. Naciones Unidas para Europa Occidental - España. <https://unric.org/es/violencia-de-genero-facilitada-por-la-tecnologia/>
- Fagan, K. (2018). A viral video that appeared to show Obama calling Trump a «dips—» shows a disturbing new trend called «deepfakes». *Business Insider*. Recuperado 31 de marzo de 2025, de <https://www.businessinsider.com/obama-deepfake-video-insulting-trump-2018-4>
- Fernández, V. (2017). El control y la prevención del delito como objeto de la criminología. *Miscelánea Comillas*, 75(146), 171-194.
<https://revistas.comillas.edu/index.php/miscelaneacomillas/article/view/7960>
- Foncillas, A. (2024, noviembre 10). *Corea del Sur impone 10 años de cárcel a un joven por falsear 2.000 fotos porno de compañeras de universidad*. El Periódico.
<https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20241110/corea-sur-10-anos-carcel-joven-fotos-porno-falsas-inteligencia-artificial-111514161>
- Gobierno de España. (2023, 19 de abril). *¿Qué es inteligencia artificial (IA)? Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*.
<https://planderecuperacion.gob.es/noticias/que-es-inteligencia-artificial-ia-prtr>
- Gómez-de-Ágreda, Á., Feijóo, C., & Salazar-García, I.-A. (2021). Una nueva taxonomía del uso de la imagen en la conformación interesada del relato digital. Deep fakes e inteligencia artificial. *El profesional de la información*, e300216.
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.16>
- Herrera, M. (2014). Construcción cultural y prevención criminal publicista. *Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología*, (16-10), 10:1-10:48.
<http://criminet.ugr.es/recpc/16/recpc16-10.pdf>

- Hikal, W. (2016). Aprendizaje criminal desde los postulados de albert bandura y su articulación con la política criminal. *Sapere*, (11). <https://hdl.handle.net/20.500.12727/2038>
- Hirschi, T. (2003). Una teoría del control de la delincuencia. *Capítulo Criminológico*, 31(4), 5-31. <https://conflictosocialyconductadesviada.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/11/hirsh-control-social.pdf>
- ICCSI (2023, agosto 5), Inteligencia Artificial Según John Mccarthy: Definición Y Aportaciones. <https://iccsi.com.ar/que-es-la-inteligencia-artificial-segun-john-mccarthy/>
- La Rocca, G. (2020). fuerza de un signo. Perspectivas teóricas para el análisis de los hashtags #. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 27, 46-61. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i27.559>
- Mantilla, K. (2013). Gendertrolling: Misogyny Adapts to New Media. *Feminist Studies*, 39(2), 563-570. JSTOR.
- Martín, N. (2023, septiembre 18). Así funciona la tecnología que desnuda a la gente con inteligencia artificial. *El Independiente*. <https://www.elindependiente.com/futuro/inteligencia-artificial/2023/09/18/asi-funciona-la-tecnologia-que-desnuda-a-la-gente-con-inteligencia-artificial/>
- Miguel Luken, V. (2015). *Percepción de la violencia de género en la adolescencia y la juventud*. Delegación del Gobierno para la Violencia de Género, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- Otero, T. P., Rolán, X. M., & Souto, L. M. C. (2024). ¿Sueñan los troles con mujeres en el poder? Una aproximación al troleo de género como violencia política. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social «Disertaciones»*, 17(2), Article 2. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.13988>
- Oyarzabal, N., & Pérez Terol, R. (2023, octubre 18). Protección legal ante la manipulación de videos con deepfake. *Cuatrecasas*. <https://www.cuatrecasas.com/es/spain/propiedad-intelectual/art/deepfake-derecho-honor-intimidad-propia-imagen>

- ONU Mujeres. (2015, 24 de septiembre). *Según un informe de las Naciones Unidas se han de tomar medidas urgentes para combatir la violencia contra mujeres y niñas*. <https://www.unwomen.org/es/news/stories/2015/9/cyber-violence-report-press-release>
- Security Hero. (2024). *State of Deepfakes*. Recuperado el 25 de junio de 2025, de <https://www.securityhero.io/state-of-deepfakes/>
- Sked, A. (6 octubre 2023). *Delitos contra el honor, intimidad y a la propia imagen*. Recuperado 31 de marzo de 2025, de <https://www.conesalegal.com/es/info/delitos-contra-el-honor-intimidad-y-a-la-propia-imagen>
- Sykes, G. M., & Matza, D. (2008). Técnicas de Neutralización: Una teoría de la delincuencia. *Caderno CRH*, 21, 163-170. <https://doi.org/10.1590/S0103-49792008000100012>
- UNRIC. (2023, 4 de diciembre). *Cómo afecta a mujeres y niñas la violencia de género facilitada por la tecnología*. <https://unric.org/es/violencia-de-genero-facilitada-por-la-tecnologia/>
- Viejo, M. (2023, septiembre 18). *Almendralejo: Decenas de menores de Extremadura denuncian que circulan fotos de falsos desnudos suyos creadas por inteligencia artificial: “Me dio un vuelco el corazón” | España | EL PAÍS*. <https://elpais.com/espana/2023-09-18/la-policia-investiga-el-desnudo-integral-de-varias-menores-en-extremadura-con-inteligencia-artificial-me-dio-un-vuelco-el-corazon.html>
- Vieira, C. D. S. A., & Rizzo, C. D. (2021). Sexting e revenge porn: consequências jurídicas. *Revista Científica da Faculdade Quirinópolis*, 1(11), 210-228. <https://recifaqui.faqui.edu.br/index.php/recifaqui/issue/view/18>
- West, Darrel. M. (2019, julio 11). *Digital threats to campaign 2020: Fake nudes, doctored images, and widespread disinformation*. Brookings. <https://www.brookings.edu/articles/digital-threats-to-campaign-2020-fake-nudes-doctored-images-and-widespread-disinformation/>
- Zeifer, B. (2020). El hashtag contestatario: Cuando los hashtags tienen efectos políticos. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 6, 101-118. <https://doi.org/10.7203/rd.v1i6.178>

7. ANEXOS

Anexo N°1: Consentimiento informado de los participantes

CONSENTIMIENTO INFORMADO:

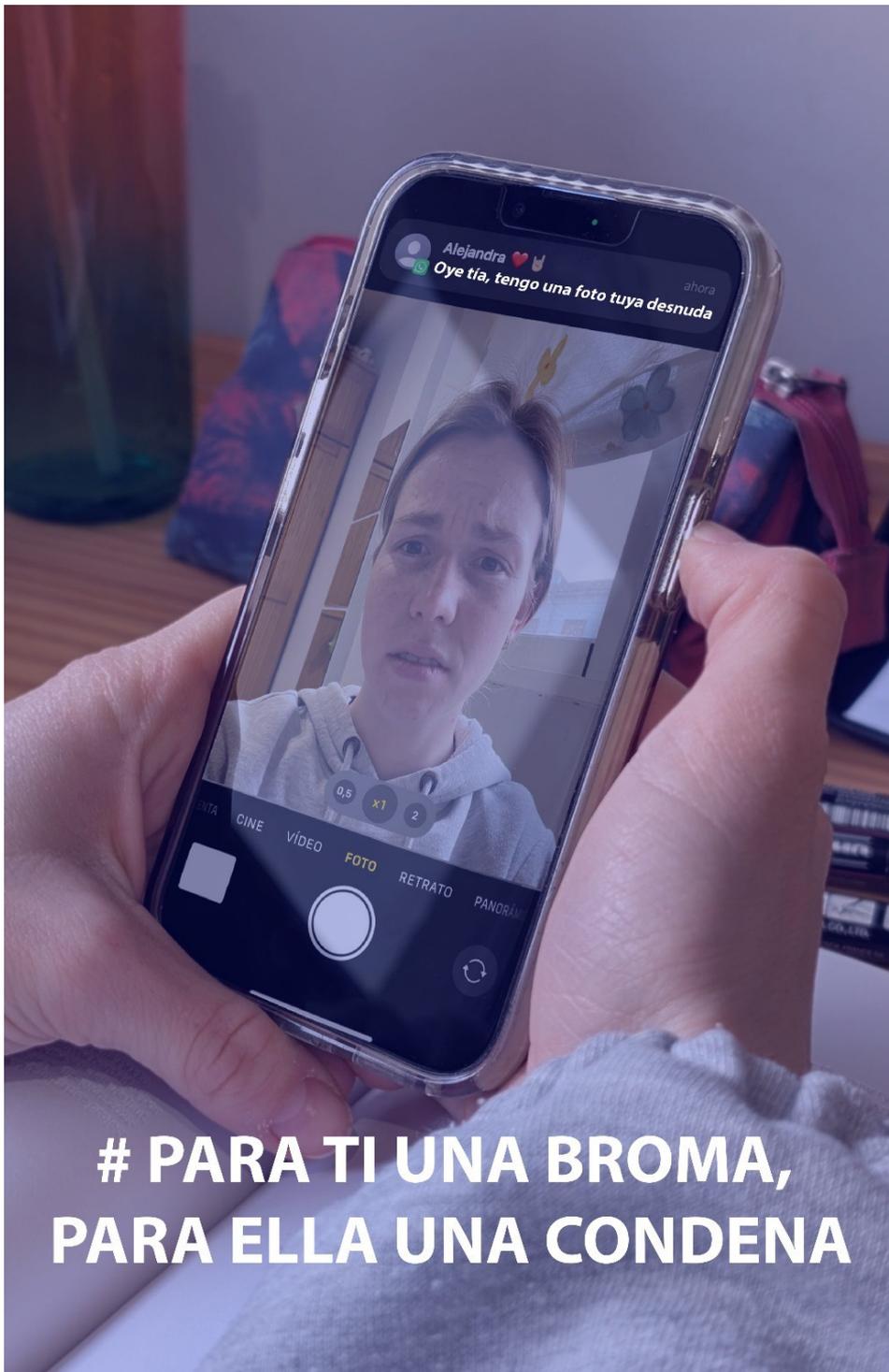
D./D^a. _____, de ____ años, con DNI _____ y domicilio en _____. He recibido una explicación satisfactoria sobre el procedimiento del estudio, su finalidad, riesgos, beneficios y alternativas.

He quedado satisfecho/a con la información recibida, la he comprendido, se me han respondido todas mis dudas y comprendo que mi participación es voluntaria.

Presto mi consentimiento para el procedimiento propuesto y conozco mi derecho a retirarlo cuando lo desee, con la única obligación de informar sobre mi decisión al investigador/a responsable del estudio.

En Valencia, a día _____ de _____ de _____.

Anexo N°2: Figura 6: Cartel N°1 La notificación



Anexo N°3: Figura 7: Cartel N°2: Imaginación Responsable



Anexo N°4: Figura 8- Muestra N°1 en el metro



Anexo N°5: Muestra N°2 en la parada de autobús

