



Recibido: 12/09/2023  
Aceptado: 22/10/2023

## El discurso sobre el *revenge porn* en la prensa: Estudio de caso de Rosalía y sus fotografías manipuladas

The Revenge Porn Discourse in the Press: a Case Study of  
Spanish Singer Rosalia and her Manipulated Images

María Martínez Sánchez<sup>1</sup> / martinezsanch@gmail.com



<sup>1</sup> Universidad Rey Juan Carlos

**Resumen:** El porno de venganza (*revenge porn*) es una práctica que ha visto un auge y un cambio en la forma de ejercerse a partir de la democratización de las herramientas de inteligencia artificial que permiten generar imágenes falsas. En esta investigación se lleva a cabo un análisis crítico del discurso con perspectiva feminista del caso de la difusión de imágenes manipuladas de la artista española Rosalía. En mayo de 2023 el cantante JC Reyes publicó unas imágenes falsas en su cuenta de Instagram y los medios de comunicación se hicieron eco de ello. El objetivo principal es descubrir si la prensa sitúa el caso estudiado como un acto dentro de la práctica del porno de venganza o si lo clasifican como un hecho aislado. En primer lugar, en el artículo se revisan los *deep fakes* (imágenes falsificadas), los cuales permiten profundizar en el concepto del *revenge porn* y su implicación con la inteligencia artificial. En segundo lugar, se presenta el caso analizado y la metodología de análisis del discurso; y en tercer lugar la discusión y principales conclusiones de este trabajo. En el análisis discursivo se puede apreciar que no se relaciona prácticamente el caso analizado con el *revenge porn* ni con las formas de violencia simbólica, la víctima es presentada como un sujeto activo y se afianza la utilización del cuerpo femenino como una estrategia de *marketing* al generarse contenidos que sitúan al autor de los hechos en el panorama musical.

**Palabras Clave:** análisis del discurso, celebrities, deep fake, inteligencia artificial, revenge porn.

**Abstract:** Since the democratization of artificial intelligence tools, revenge porn has proliferated and experienced changes in the production practices. This paper aims to analyze the discourse that the press constructs about the revenge porn. For this purpose, this investigation analyzes the case of the dissemination of manipulated images with sensitive content about Spanish singer Rosalía from a critical feminist discourse analysis perspective. In May 2023, the singer JC Reyes posted some fake pictures on his Instagram account and the case had an impact in the mass media discourse. First, the article reviews deep fakes, which allow to deepen in the concept of revenge porn and its implications with artificial intelligence. Secondly, it presents the case of analysis and the discourse analysis method; and thirdly, the discussion and main conclusions of this work. This paper concludes that the analyzed case is not practically related to revenge porn or to strategies of symbolic violence, the victim is presented as an active subject and the use of the female body as a marketing strategy is strengthened by generating content that places the perpetrator in the music scene.

**Keywords:** artificial intelligence, celebrities, deep fake, discourse analysis, revenge porn.

## 1. INTRODUCCIÓN

La pornografía es una herramienta más de las sociedades patriarcales para la dominación femenina y por esa razón es uno de los ejes de la agenda feminista y la investigación académica (Alario Gavilán, 2018, 2021; Ballester Brage et al., 2020; Criado Pajuelo, 2022; Miguel Álvarez, 2022). A raíz de ello en última década se ha dado un aumento de la producción científica sobre esta temática que nos permite conocer mejor su funcionamiento (Mestre-Bach, 2020). De esta manera se sitúan en el debate de lo público las implicaciones de la pornografía y prácticas como el porno de venganza (*revenge porn*) (Palazzi, 2016), que comparten varias características comunes como la mercantilización del cuerpo de las mujeres y la difusión de imágenes que incurren en violencia (Alario Gavilán, 2021). Mientras que se trabaja desde los espacios feministas para reducir la cosificación femenina (Sanahuja, 2018), también surgen en paralelo nuevas estrategias que producen un aumento de la concepción de los cuerpos de mujeres y niñas como objetos sexualizados (Altozano et al., 2021).

Estas formas de objetivizar a las mujeres se ven reforzadas por el uso fraudulento de la tecnología. Con las posibilidades que nos ofrece la inteligencia artificial (IA), la producción pornográfica asciende a un nuevo nivel en el que se tiene la capacidad de generar imágenes que nunca han ocurrido en la realidad. Las mujeres se ven expuestas a la pornificación aunque no hayan estado en ninguna situación que pueda llevar a ello. El uso de la IA para este fin objetiviza y sexualiza los cuerpos de las mujeres y refuerza los roles de género (Wagner y Blewer, 2019). Este tipo de prácticas con herramientas de IA suponen un amplio debate en cuanto a su legislación y las implicaciones éticas (Jiménez, 2023b). La investigación académica sobre la IA que permite crear falsificaciones profundas (*deep fakes*) no es todavía muy amplia (García-Ull, 2021), por lo que es necesario continuar investigando sobre las consecuencias para los avances feministas. Este artículo se enmarca en el estudio de las implicaciones que tiene la inteligencia artificial en la discriminación de las mujeres y el discurso que producen los medios de comunicación.

En el auge de los problemas derivados de este tipo de praxis surge esta investigación, que estudia el caso de la difusión de unas imágenes falsas con contenido pornográfico de la cantante española Rosalía. Los medios de comunicación son creadores de identidades y valores en la sociedad (Bernárdez Rodal, 2015), por lo que estudiar su discurso implica conocer cómo se conforma la opinión pública. El primer paso para identificar un abuso o una estrategia de violencia simbólica es conocer en qué prácticas se oculta. Es relevante que los medios de comunicación aporten información

sobre el *revenge porn* para que la sociedad tenga la capacidad de identificar, actuar y, al final, erradicar. El objetivo principal de este artículo es descubrir si la prensa sitúa el caso estudiado como un acto dentro de la práctica del porno de venganza o si, por el contrario, lo clasifica como un hecho aislado. En este trabajo se discute alrededor del discurso sobre el vínculo de la difusión de imágenes no consentidas con la violencia, la tecnología y el uso del cuerpo femenino como estrategia de *marketing*.

## 2. DEEP FAKE O FALSIFICACIÓN PROFUNDA

Los *deep fakes* son contenidos hiperrealistas manipulados digitalmente que representan hechos que nunca han ocurrido y suponen una amenaza para la privacidad y la suplantación de identidad (García-Ull, 2021). Con la democratización del conocimiento y el acceso masivo a las nuevas tecnologías cualquier persona tiene la capacidad y las herramientas para reproducir un discurso (Gómez de Ágreda, 2018). La sociedad se enfrenta así a un nuevo paradigma en el que diferenciar lo verdadero de lo falso implica cada vez una mayor experiencia para identificarlo (García-Ull, 2021). Durante 2020, sobre todo a raíz de la pandemia de la COVID-19, se extendieron las noticias falsas (*fake news*) (Vázquez Luna, 2020) y la audiencia aprendió a reconocerlas. A partir de esta proliferación de información falsa se crea una conciencia crítica en la veracidad de la fuente que es elemental para que esa noticia no permee en el imaginario colectivo (Gómez de Ágreda, 2018). Este público, cada vez más crítico con los contenidos que recibe, se enfrenta en la actualidad al reto que supone la inteligencia artificial.

La IA se ha democratizado (Fletcher, 2018) y esto hace necesaria una regulación (Jiménez, 2023a). La tecnología avanza a un ritmo más rápido que las medidas para controlarla, por lo que la legislación, unida a la concienciación de la población y las herramientas anti-*deepfakes* serán claves en el control de los efectos (García-Ull, 2021). Con la irrupción masiva de la IA se retrocede en el saber en cuanto a reconocer la falsedad o veracidad de una información, puesto que estas cada vez se asemejan más a lo que consideramos como real (Wagner y Blewer, 2019). De acuerdo con esto, las espectadoras y los espectadores necesitan más herramientas y conocimientos para identificar como falsos los llamados *deep fakes* o falsificaciones profundas generados con estas herramientas.

Con la expansión de esta tecnología se genera alrededor de ella una gran polémica sobre sus usos, beneficios y sobre todo, los inconvenientes y la ética (Jiménez, 2023b). En este albor de incertidumbre prolifera el uso de herramientas como *Chat GPT* o *Midjourney* y el debate es amplio alrededor

de las implicaciones de este tipo de programas al alcance de todo el mundo. Sin duda es un reto global manejar esta nueva capacidad de generación de conocimiento (Gerrero et al., s. f.) y ya han surgido algunas preocupaciones en cuanto a prácticas fraudulentas con ella. En su mayoría se utiliza la tecnología *deep fake* para generar contenidos de humor en redes sociales con figuras públicas, aunque también se da el caso frecuente de la generación de intentos de influencia política o el llamado porno de venganza (*revenge porn*) (García-Ull, 2021). Tal y como señala García-Ull (2021), los *deep fakes* permiten la pornografía involuntaria que se comparte sin el consentimiento de las personas que aparecen en las imágenes. La generación de contenidos con personas en situaciones sexuales afecta en mayor medida al sexo femenino (Branch et al., 2017; Palazzi, 2016). Por lo tanto, la inteligencia artificial crea un paradigma en el que las mujeres también tienen desventajas respecto a los hombres (Wagner y Blewer, 2019). Sin duda, este es el producto estrella de los *deep fakes*, el 96% de las imágenes generadas por inteligencia artificial son pornografía no consentida y el 99% de las víctimas son mujeres (Peirano, 2023). Este nuevo tipo de pornografía supone un reto para la sociedad de la información, en la que el uso fraudulento de las nuevas tecnologías tiene un sesgo de género que denigra al sexo femenino.

### **3. REVENGE PORN O LA PORNOGRAFÍA NO CONSENTIDA**

El *revenge porn* es la difusión no autorizada de fotografías íntimas, normalmente por alguien relacionado con la víctima y que busca venganza (Palazzi, 2016). Sin embargo, estas imágenes también se dan cuando no hay relación entre las personas implicadas, por lo que el *revenge porn* también se refiere a la pornografía involuntaria o no consentida. De esta forma no serían solo las fotografías difundidas como venganza, también cualquier otra representación no autorizada para ser publicada por un tercero. Así, cualquier persona (o mejor dicho y basándonos en los datos, mujer), puede ser víctima de esta práctica. El *revenge porn* surge antes de los *deep fakes*. Sin embargo, con la popularización de técnicas para crear imágenes falsas, este tipo de pornografía tiene más posibilidades de tener lugar. De esta forma, el *deep fake porn* sería el contenido audiovisual generado con inteligencia artificial y que no ha ocurrido en la realidad. El *revenge porn* se construiría con la difusión sin consentimiento de esas imágenes. Siguiendo a Mónica Alario (2018), en la pornografía los hombres encuentran la satisfacción de sus deseos sexuales y su afirmación como capaces de dominar a las mujeres. Y, precisamente, una forma de ejercer poder sobre el sexo femenino es dominar su imagen.

El porno de venganza es una práctica que se desarrolla desde hace décadas y que genera un amplio debate. Por ejemplo, podemos remontarnos a la difusión de imágenes de Jackie Kennedy en 1973 (Bianchi, 2023) o a un ejemplo más actual con el mediático caso de Rosa Peral (Rovira, 2018). Con la tecnología como parte del proceso también podemos citar el reciente caso de la difusión de *deep fake porn* de varias menores de edad en Almendralejo (Badajoz) (Pastor y Borraz, 2023), que está abriendo un amplio debate en los medios de comunicación. Una de las primeras apariciones de *deep fake porn* de una *celebrity* se dan en 2017, cuando se hizo viral un vídeo de la actriz Gal Gadot en el cuerpo de una actriz porno. Tras el éxito de este contenido, la práctica se popularizó dando lugar a recreaciones parecidas de actrices como Scarlett Johansson, Taylor Swift o Emma Watson ("La preocupación que despierta la tecnología que permite poner el rostro de cualquiera en los cuerpos de actores porno", 2018).

Estos contenidos pornográficos se transmiten rápidamente a través de las redes sociales (Wagner y Blewer, 2019), lo que provoca un daño en la integridad personal y difama la imagen de la persona. De esta forma, estas actrices sufrieron la denigración de su imagen en unas cuantas horas y, además, es probable que ese contenido todavía esté presente en la web. Una de las características de estas prácticas es que una vez que se ha publicado, el daño es irreversible (Branch et al., 2017). Las plataformas de pornografía supuestamente bloquean este tipo de vídeos, sin embargo, todavía se pueden encontrar un gran número de piezas de estas características entre sus contenidos. De esta forma, vemos como la regulación para este tipo de IA todavía no está actualizada e incluso existen páginas dedicadas exclusivamente a publicar este tipo de contenidos sin el consentimiento de las víctimas (Branch et al., 2017). La violación de estos derechos no parece una prioridad en la legislación sobre IA (Peirano, 2023) y estas prácticas exponen de nuevo en el debate público la mediatización del cuerpo femenino y refuerzan las desigualdades de género (Wagner y Blewer, 2019). Siguiendo a Wagner y Blewer (2019) se demuestra que la mayoría de los usuarios de *deep fake porn* son hombres cisgénero y normalmente heterosexuales que consumen imágenes de mujeres cisgénero. Estos contenidos se generan entonces desde una mirada androcéntrica para el disfrute masculino del cuerpo femenino. De esta forma las mujeres son cosificadas mediante un proceso por el cual se transita de persona a cosa y se reduce su representación a cuerpos (Alario Gavilán, 2018).

#### 4. DE LAS IMÁGENES MANIPULADAS A LA VIOLENCIA SIMBÓLICA

La violencia simbólica es un tipo de violencia amortiguada o invisible que se ejerce a través de la comunicación o de aspectos de la cotidianidad (Bourdieu, 2000). Por ello no se cataloga en los marcos de violencia física y pasa desapercibida para el entorno y para la víctima que la padece. A pesar de su invisibilidad, produce daños que se ven reflejados, en el caso de las mujeres, en una inferioridad tomada como punto de partida en las relaciones sociales. De esta manera, la división sexual está “*en el orden de las cosas*” (Bourdieu, 2000: 21) y el orden simbólico patriarcal la refuerza. Así, la cosificación se construye como una estrategia de la violencia simbólica, puesto que es difícil de identificar (Sanahuja, 2018). La capacidad de manipular las imágenes de las mujeres y el poder de transmitir las online y que lleguen a miles de dispositivos en unos minutos es una herramienta de control que se enmarca, en los sucesos mencionados anteriormente, en la dominación masculina. Esta dominación es, según Bourdieu (2000), un ejemplo de la sumisión paradójica consecuencia de la violencia simbólica.

Siguiendo este orden androcéntrico, el deseo masculino se construye como producto de la dominación erótica y posesión (Alario Gavilán, 2018; Bourdieu, 2000). “*La pornografía colabora en la reproducción de la violencia sexual contra las mujeres por medio de la construcción del deseo sexual de los hombres*” (Alario Gavilán, 2021: 190), así que la construcción de imágenes pornográficas contribuirá también a la violencia contra las mujeres. Los comportamientos sexuales presentes en los contenidos pornográficos penetran de esta forma en los discursos que se construyen en la sociedad. Mónica Alario (2021) destaca que, en la sociedad patriarcal neoliberal, el criterio que se utiliza para diferenciar sexo de violencia es el consentimiento como ausencia de resistencia activa. Al igual que la pornografía perpetúa diferentes formas de agresión (Alario Gavilán, 2018), la transmisión de imágenes pornográficas sin consentimiento también incitará y formará parte de un tipo de violencia. La pornografía reproduce y refuerza así la desigualdad entre mujeres y hombres (Criado Pajuelo, 2022).

La tecnología ha producido un incremento de las formas de abuso sexual y comportamientos agresivos a través de las nuevas herramientas y prácticas como las citadas en el apartado anterior (Branch et al., 2017). Los medios de comunicación representan al sujeto víctima de violencia de género como seres pasivos, débiles, carentes de agencia (Núñez Puente et al., 2015). Las víctimas son culpables de sus propias desgracias y en el caso de los agresores se minimizan sus acciones (Fernández Díaz, 2003). Estos mensajes tienen la capacidad de generar valores y perpetuar el orden social (Núñez Puente y Fernández Romero, 2022) y la representación de las

mujeres como víctimas reforzará las estructuras patriarcales y los sesgos de género (Núñez Puente, 2008). La dominación masculina se basa así en una espiral que se genera en las estructuras del patriarcado neoliberal y a la vez las perpetúa, convirtiéndose en una gran dificultad reconocerlas y paliarlas (Bordieu, 2000). Podemos concluir este apartado con la afirmación del fomento de la violencia contra las mujeres que produce la pornografía (Alario Gavilán, 2018) y que, por lo tanto, también será consecuencia de las imágenes *deep fake* con contenidos pornográficos.

## 5. ESTUDIO DEL CASO DE LAS IMÁGENES MANIPULADAS DE ROSALÍA

### 5.1. Objeto de estudio<sup>1</sup>

El 23 de mayo de 2023 el cantante conocido popularmente como JC Reyes, publica en las historias de su perfil de *Instagram* una foto de la artista española Rosalía con el pecho descubierto con la frase “*Lo mejor que verás hoy*”. Después añade otra fotografía más de ella con el torso desnudo. Las y los fans denuncian el comportamiento del autor de los hechos y este no borra las imágenes y responde: “*A las mujeres estas que me estáis poniendo: ‘¿Qué haces?’, ‘Qué asco das’... A la chavala (Rosalía) nada más se le ve el escote. Respetad, ¿eh?*”. Da a entender que Rosalía le manda esas imágenes y expresa que no entiende cómo el público “*se ha alterado de esa manera*” por unas imágenes retocadas. Sin embargo, las fotografías sin manipular pertenecen al propio perfil de *Instagram* de la artista y ella misma afirma que no conoce a JC Reyes. Más tarde, el autor de las imágenes comenta que las fotografías están hechas con *Photoshop* y anuncia su nueva canción que se titula “Rosalía”.

Rosalía denuncia lo ocurrido en *Twitter*<sup>2</sup> el mismo 23 de mayo: “*Ir a buscar clout [influencia] faltando el respeto y sexualizando a alguien es un tipo de violencia y da asco, pero hacerlo por cuatro plays de más lo que da es pena*”. Al día siguiente lo denuncia de nuevo por el mismo medio: “*El cuerpo de una mujer no es propiedad pública, no es una mercancía para tu estrategia de marketing. Esas fotos estaban editadas y creaste una falsa narrativa alrededor cuando ni te conozco. Existe algo llamado consentimiento y todos a los que os pareció gracioso o plausible espero de corazón que un día aprendáis que venís de una mujer, que las mujeres somos*

\*\*\*

<sup>1</sup> La cronología de los hechos se recoge de los artículos que conforman el corpus de análisis.

<sup>2</sup> *Twitter* se denomina a partir de julio de 2023 X, sin embargo, como el caso que se estudia tiene lugar antes de esa fecha, se seguirá denominando como *Twitter* en esta investigación.

*sagradas y que se nos ha de respetar. Bye*". En la actualidad esas imágenes ya han desaparecido del perfil de *Instagram* en el que se publicaron, pero siguen circulando por la red y se puede acceder a ellas en portales pornográficos. De esta forma, como hemos comentado en puntos anteriores de este artículo, una vez que se ha publicado la fotografía, el daño y la difamación de la imagen es irreversible.

## **5.2. Objetivos, metodología y corpus de análisis**

Esta investigación tiene como objetivo principal descubrir si los medios de comunicación sitúan el caso analizado como un acto dentro del *porn revenge* o si lo clasifican como un hecho aislado. El análisis se realiza en la prensa para descubrir si se articula como una práctica con contenido pornográfico y un tipo de violencia simbólica. Se tendrá en cuenta también la construcción de los agentes implicados en el suceso, en este caso Rosalía y JC Reyes, para descubrir la agencia que se construye de cada uno de ellos. Como hemos visto, las mujeres son normalmente representadas como víctimas pasivas, así se busca en esta investigación analizar en qué situación de agencia se presenta a Rosalía y en qué contexto se construye el discurso sobre el que se perpetúa la acción. También se tendrá en cuenta la finalidad de la difusión de estas imágenes, ya que como apunta Rosalía en una de las respuestas, se publican las imágenes como parte de una estrategia de *marketing*. De esta forma los objetivos se trabajan a través de tres preguntas de investigación desde las que se interroga al corpus: (1) ¿Qué tipo de discurso se construye sobre el *revenge porn*, la violencia simbólica y las implicaciones de la tecnología?; (2) ¿Cómo se construyen discursivamente los sujetos implicados en el acontecimiento?; (3) ¿Cuál es la finalidad de la distribución de las imágenes en el discurso?

Para esta investigación se realiza un estudio de caso desde el análisis crítico del discurso. El estudio de caso nos permite analizar la complejidad de un suceso particular y contemporáneo (Stake, 1999). Para ello se analiza el discurso con perspectiva feminista (Azpiazu Carballo, 2014; West et al., 2000):

*"El discurso es un conjunto de acciones del habla que se producen dentro de unas condiciones y posibilidades dadas y que, por tanto, escapa al carácter puramente voluntarista del uso del lenguaje. No "decimos" lo que queremos decir puramente, sino que producimos lo que "decimos" en un contexto específico de condiciones que nos permiten (o no) que digamos, y que lo que digamos se entienda (o no), se interprete, se reciba o se deje de recibir"* (Azpiazu Carballo, 2014: 117).

Los procedimientos que controlan la producción del discurso refuerzan los poderes (Foucault, 1970), por lo que el análisis de los medios de comunicación nos permite estudiar las relaciones de poder que se dan en los textos periodísticos (Van Dijk, 1990). De esta manera las propuestas que exploran las relaciones de género y su producción discursiva han permitido problematizar debates sobre identidad, prostitución o disidencias del sistema sexo-género (Núñez Puente y Fernández Romero, 2022).

Esta investigación se organiza a través de 3 fases de análisis que tienen en cuenta la estructura y el contenido basándonos en el estudio de las partes de la noticia de Van Dijk (1983). De esta forma, en primer lugar, se tendrán en cuenta los detalles estructurales del texto, que incluyen aspectos como los titulares, los subtítulos y la sección en la que se publica la noticia, los cuales nos permitirán conocer las ideologías y la importancia que se le da al suceso analizado. En segundo se tendrá en cuenta el contenido de la noticia en relación a las preguntas de investigación planteadas anteriormente. Por último, se relacionará este contenido con el contexto en el que tiene lugar el caso estudiado con el fin de analizar las estrategias discursivas.

El corpus de este artículo lo conforman las apariciones mediáticas que se han dado en la semana del 23 al 30 de mayo de 2023 que tratan sobre el caso analizado. Las imágenes se publican el día 23 de mayo de 2023 y el periodo de análisis se extiende hasta el día 30, con lo que se abarca una semana de análisis de datos. Para construir el corpus se recurre al *Marco General de los Medios en España 2023* (AIMC, 2023) y se escogen los periódicos (y sus suplementos) con carácter generalista con mayor audiencia: *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*. Los artículos<sup>3</sup> se han recopilado a través buscador de cada uno de los medios analizados introduciendo el término "Rosalía" y filtrando las fechas del 23 al 30 de mayo.

De esta forma, nos encontramos ante el siguiente corpus de análisis:

- 1 artículo en el *ABC*. El artículo se publica el día 24 de mayo y en él se resume brevemente el acontecimiento ocurrido.
- 2 artículos en *El País*: Se publica en *El País* el 24 de mayo un artículo que reseña lo ocurrido en el caso y el 26 de mayo un reportaje sobre el *revenge porn* en el suplemento *Smoda*.

\*\*\*

<sup>3</sup> Las referencias se encuentran disponibles para consulta en el epígrafe "9. Material de análisis"

- 3 artículos en *El Mundo*: Se publican dos artículos el día 24 y otro el día 25. El primero trata sobre quién es JC Reyes y los otros dos sobre las respuestas de Rosalía ante el hecho.
- 4 artículos en *La Vanguardia*: el día 24 de mayo se publica un artículo sobre las fotografías y el día 25 se publican tres informaciones sobre la reacción de Rosalía, la respuesta de la entonces pareja de Rosalía, Rauw Alejandro y las disculpas de JC Reyes.

## 6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 6.1. ¿Qué publica la prensa?

En el discurso analizado se aprecian diferencias entre los medios que conforman el corpus. En primer lugar, se aprecia una diferencia a nivel cuantitativo por el número de artículos analizados. Así, en el *ABC* se trata este caso como un hecho aislado que tiene cobertura en una sola noticia. En *El País* también cuenta con una sola aparición en el discurso del medio generalista como noticia y un reportaje en *Smoda*. Por otro lado, *La Vanguardia* y *El Mundo* dedican cuatro y tres apariciones respectivamente, las cuales son todas noticias sobre el desarrollo de los hechos.

En cuanto al contenido, todos los diarios publican artículos informativos en forma de noticia que relatan los hechos, a excepción de *Smoda*, que publica un reportaje sobre el *revenge porn*. Todos los medios se centran principalmente en relatar la cronología en la que han ocurrido los diferentes acontecimientos, principalmente, la publicación de las fotografías, la respuesta del público y las respuestas de Rosalía.

Por otro lado, se hace un seguimiento diferente en los medios analizados. En el *ABC* o *El País* no se sigue el desarrollo del suceso, con una sola aparición informativa sobre el hecho. De otra parte se sitúa *El Mundo*, que presta atención a la evolución de los acontecimientos y también dedica un artículo a situar a JC Reyes. *La Vanguardia* sigue este camino y publica varios artículos sobre la cronología del caso analizado.

De esta forma, vemos que la información se articula de manera diferente entre los medios analizados, lo que nos da un punto de partida para analizar el discurso periodístico en esta investigación.

### 6.2. El revenge porn y la implicación de la tecnología

En el corpus analizado no se identifica el *revenge porn* en ninguno de los artículos, a excepción del reportaje de *Smoda*, que trata exclusivamente sobre ello. De esta forma, la difusión no consentida de imágenes sexualizadas de Rosalía no es considerada por la prensa como un tipo de

pornografía. Así, esta práctica se establece como algo ajeno y que no está presente en el suceso analizado. Sin embargo, según las definiciones de la pornografía no consentida que hemos visto en anteriores apartados de este artículo, este caso estaría encuadrada dentro del llamado *revenge porn*. Además, se confirma que está dentro de esta clasificación cuando *Smoda* dedica un reportaje breve a esta práctica con el titular: “El 96% de las imágenes de Inteligencia Artificial son pornografía no consentida: quién jugará con nuestros cuerpos sintéticos”. A excepción de esta aparición, podemos afirmar que la construcción pornográfica no forma parte del discurso y que, al ser los medios generadores de conocimiento, no será considerada por el público. Encuadrar esta práctica dentro del *revenge porn* o el porno no consentido puede ayudar a aumentar la concienciación de la gravedad del hecho ocurrido. Con la clasificación dentro de un tipo de pornografía se entiende que es una práctica habitual de la que las mujeres son víctimas y no un acontecimiento aislado. Así, si no se considera dentro del *revenge porn* se corre el riesgo de que se clasifique cognitivamente como un incidente puntual. Sin embargo, como hemos visto, ocurre habitualmente. De esta forma, el único artículo que profundiza sobre ello es el de *Smoda*, que se publica en la sección feminismo. Así, el conocimiento del *revenge porn* se reduce a las personas lectoras del suplemento e interesadas en la sección feminismo, lo que supone una mayoría de mujeres. De esta forma, las personas que tienen más posibilidades de ser víctimas de esta práctica conocerán su uso y sus efectos, sin embargo, no se instala en el discurso general. Los medios refuerzan las actitudes personales (Aguado, 2004), por lo que publicar este reportaje en un medio nicho dirigido a un público específico no permite que el discurso se asiente en el público general.

En cuanto a la relación del caso con una práctica de violencia, podemos ver cómo el corpus analizado lo clasifica como tal a través del testimonio de Rosalía. En todos los artículos se destaca desde el titular que se trata de imágenes manipuladas o falseadas. Sin embargo, a la hora de definir si estamos ante un tipo de violencia, el tratamiento discursivo tiende a posicionarse de manera neutra y se deja en la voz de Rosalía encuadrar el acto como tal. En algún caso se tilda de falta de respeto en *El País* o broma en el *ABC*: “el trapero continuó con la broma restándole importancia a lo ocurrido”. Cuando se habla de violencia el discurso mediático se aleja de las afirmaciones, como se muestra en el ejemplo en *La Vanguardia* mediante el uso de las comillas: “La propia Rosalía le mandaba un recado directo al sevillano, dejando claro lo que le parecía lo que había hecho, calificándolo de ‘violencia’” o en *El Mundo*: “...y en las redes sociales aseguran que lo que hizo

*este cantante el lunes 22 es violencia digital*". De esta forma podemos observar cómo los periódicos analizados se distancian del discurso que clasifica el acto como un tipo de violencia y no se posicionan en ello. Sin embargo, sí se considera un delito en algunos medios como *El País* o *La Vanguardia*, que en las últimas líneas de algunas de las apariciones destacan las penas en las que puede incurrir el actor de los hechos. Así, no se clasifica como violencia por los medios, pero sí como delito que atenta contra la intimidad de las personas. La excepción se da de nuevo en el artículo de *Smoda*, en el que se clasifica de ciberviolencia en el subtítulo y se desarrolla la idea en el cuerpo de texto.

Otro ejemplo que puede afirmar que el hecho no se considera violencia es la sección en la que se encuadran los artículos. En muchas ocasiones, la violencia de género no se sitúa en las secciones de sucesos de los diarios (Fernández Díaz, 2003) y así ocurre en este caso. Como destaca Fernández Díaz (2003), cuando se trata de personajes famosos, el hecho se clasifica como un incidente en su vida pública y tiende a aparecer en las secciones que concuerdan con la ocupación de las personas implicadas, como en este caso "famosos" o "gente". Esto ocurre a excepción de *Smoda*, que lo publica en "feminismo". Uno de los rasgos de la violencia simbólica es la dificultad para identificar el acto como tal (Bourdieu, 2000) y así se demuestra en el discurso analizado. Se produce así un desconocimiento de la violencia contra las mujeres en todas sus dimensiones, puesto que no es solo la física o la sexual (Núñez Puente et al., 2015). De esta manera, al no coincidir con las características de la violencia "clásica", no se encuadra como tal en el discurso mediático.

Por otro lado, también es relevante el papel que juega la tecnología en el discurso. Podemos observar que tiene un rol secundario ya que la información focaliza más en la cronología de los hechos y en las respuestas de la cantante. Como hemos visto anteriormente, se destaca que ha sido una manipulación y que las imágenes son falsas, pero no se da información sobre cómo se ha producido. En *El País* se destaca que la manipulación se ha realizado con "programas de edición o de inteligencia artificial", se menciona el debate sobre las implicaciones éticas y se etiqueta la noticia en "inteligencia artificial". En el resto de las noticias se destaca en las declaraciones de JC Reyes que se ha usado *Photoshop*. Sin embargo, en el reportaje de *Smoda* sí se profundiza en las herramientas que permiten crear este tipo de imágenes y se plantea el debate sobre el uso de la IA para generar pornografía. Así, vemos que no se relaciona prácticamente la inteligencia artificial con el hecho ocurrido, a excepción del reportaje. De este modo no se presta atención al debate de los usos de la tecnología de la

inteligencia artificial a pesar de que refuerzan la desigualdades de género (Wagner y Blewer, 2019). Así, que no esté presente la IA en el discurso de los medios de comunicación aleja estas herramientas de la opinión pública. El uso de la tecnología para la cosificación del cuerpo de las mujeres no entra en el debate social.

### **6.3. Construcción de los sujetos noticiosos**

La tecnología permite luchar contra este tipo de violencia (Núñez Puente et al., 2015) y así lo hace Rosalía a través de *Twitter*. Este acontecimiento se transmite de forma transmedia, con su origen en *Instagram* a través de las historias efímeras de JC Reyes, con la denuncia de Rosalía en *Twitter* y con la opinión pública a través de todas las redes sociales.

Vemos cómo la víctima es representada como un sujeto activo, que se defiende a sí misma en sus canales sociales y clasifica el acto como violencia. Muchos titulares en todos los medios analizados parten de la respuesta de Rosalía y algunos, como los de *El Mundo*, basan toda su información en las reacciones de la cantante. Rosalía se presenta como un sujeto con agencia que reivindica sus derechos. En líneas generales, lo que podemos ver en la construcción discursiva es que ella tiene el poder de calificar el acto de violencia en sus tuits y es a partir de esa declaración que los medios sitúan el hecho como tal. Así, la víctima es un agente activo que lidera la respuesta y la denuncia pública del hecho. En este aspecto cabe destacar la diferencia entre la víctima de este hecho y la víctima anónima. Se trata de una cantante reconocida con una gran influencia en las redes sociales y que toma la iniciativa en la respuesta. De esta forma, podría ser de interés descubrir cómo se representa a las víctimas de otros hechos del mismo tipo y que no sean previamente mediáticas.

Por otro lado, se construye el sujeto actor de los hechos en el discurso analizado. En otros trabajos se descubre que se tiende a construir al agresor como un personaje fuera de la normalidad, por ejemplo con problemas psicológicos o con un pasado conflictivo (Fernández Díaz, 2003). Según Fernández Díaz (2003) esto podría darse para generar la concepción de que existen parámetros consensuados de justificación y de repulsa social. Así, si se construye al autor del hecho analizado como un sujeto que no es cercano a la sociedad, es parte de “ellos”, lo que generará una menor empatía. Fernández Díaz (2003) diferencia en su análisis diversas construcciones de los autores de los hechos, entre los que se encuentran aquellos que pertenecen a la élite y que son parte del “nosotros”. En ellos prevalece su

anterior identidad al delito, en este caso, cantante, y se considera como un acto de atrevimiento o una excentricidad.

En la mayoría de los artículos analizados se sitúa JC Reyes como reguetonero, traperero o cantante y en algunos se habla de su trabajo, lo que le dará publicidad como se analizará en el siguiente apartado. También vemos cómo en una parte del discurso se recurre a situar al autor de los hechos como una persona que ya ha tenido problemas con la ley en *El Mundo* mediante el titular: “*Detenido, criticado... Quién es JC Reyes, el autor de las fotografías manipuladas de Rosalía*”. Los medios de comunicación se muestran en contra del acto y del cantante, como en el ejemplo de *La Vanguardia*: “*Hace apenas unas horas, más de un depravado pensaba que le había tocado la lotería tras encontrar unas imágenes de Rosalía*”. Sin embargo, en algunos casos también se muestra el apoyo que recibe: “*muchos usuarios que aplauden todo lo que hizo*”. El discurso general se construye en torno a la denuncia de la víctima y se penaliza la acción. Aunque los apoyos que recibe JC Reyes también están presentes y los beneficios que le ha traído este acto se estudiarán en el siguiente apartado.

Podemos ver cómo en el corpus se construye el sujeto víctima como agente que denuncia la acción y cuyas declaraciones en contra de lo ocurrido son el eje conductor de las noticias. Por otro lado, se representa al autor de los hechos como un sujeto fuera de la ley que ha destacado en el discurso mediático por acciones de la misma naturaleza. Así el discurso mediático culpa al autor y emite un juicio sobre lo reprochable de los hechos, principalmente a través de las respuestas de Rosalía.

#### **6.4. La cosificación de los cuerpos femeninos como estrategia de marketing**

Las estrategias de *marketing* de las últimas décadas tienen las redes sociales como uno de los puntos principales para ganar influencia (Blanco Ruiz e Iglesias Ruiz, 2021), tanto en el caso de marcas como de personajes públicos. Así, las maneras de aumentar la masa de seguidores son variadas y pasan por diversos caminos. Desde comprar fans hasta generar contenidos virales (Satrio et al., 2020) que hagan a los perfiles ganar importancia. En este caso, el cantante JC Reyes utiliza las imágenes manipuladas de Rosalía como estrategia de *marketing* para ganar seguidores y visualizaciones, y como consecuencia, influencia en redes sociales. En este apartado se recogen algunos ejemplos de la influencia y los beneficios que han supuesto para el cantante el caso analizado. De esta forma se ejemplifica la cosificación del cuerpo de las mujeres como estrategia de *marketing*.

En primer lugar, resulta relevante destacar que no solo el cantante utiliza las imágenes como una herramienta para atraer audiencia, uno de los artículos analizados también se beneficia del interés que puede generar el supuesto desnudo de Rosalía. En el titular de *La Vanguardia* publicado el 24 de mayo dice: “Las fotos que JC Reyes ha falseado con desnudos de Rosalía y por las que ella le llama ‘repugnante’”. De esta forma se utiliza una estrategia de *clickbait* al insinuar en el titular que se muestran las fotografías que denuncia públicamente la cantante. Así, el medio también estaría utilizando el reclamo del cuerpo femenino al generar expectativas para entrar en la noticia. El *clickbait* es una estrategia que permite atraer lectores a las noticias y que, en muchas ocasiones, produce el detrimento de la calidad informativa y transmite información engañosa (Flores-Vivar y Zaharí, 2022). El punto central de esta técnica es un titular llamativo, que en este caso se basa en la posibilidad de ver las imágenes del desnudo de Rosalía, aunque en el artículo se muestran las originales sin la manipulación. Este titular apela a la curiosidad del usuario, lo cual es una de las características del *clickbait* (Bazaco et al., 2019) y además utiliza el cuerpo femenino como reclamo.

En el caso analizado la publicación de las imágenes hace ganar a JC Reyes influencia, tanto en la prensa, en la que no tenía prácticamente apariciones previas, como en sus redes sociales, donde aumenta seguidores. Rosalía denuncia en una publicación en *Twitter*: “El cuerpo de una mujer no es propiedad pública, no es una mercancía para tu estrategia de marketing”. Esta reivindicación es difundida por *La Vanguardia* y por *El Mundo*. De esta forma, se denuncia que se utilice como estrategia de *marketing* desde las palabras de la víctima. Se demuestra en el discurso analizado que la táctica ha funcionado, puesto que aumentan los seguidores según *El País* y es *trending topic* en *Twitter* el nombre de JC Reyes según *El Mundo*. También se destaca en el mismo medio que el autor de los hechos responde con una celebración pública de su aumento de influencia. En la estrategia de *marketing* a raíz de la publicación de las fotografías no solo participa el éxito ganado en redes sociales, también las apariciones mediáticas en las que aparece el cantante. Así es relevante destacar que *El Mundo* dedica una información completa a situar a JC Reyes, lo que aumenta su influencia al referenciar su trabajo. *La Vanguardia* también dedica un artículo completo al cantante, en este caso para hablar de sus disculpas. De esta forma, dos artículos están dedicados en exclusiva a JC Reyes, lo que permite publicitarle en el plano profesional y le sitúa en el plano mediático.

En gran parte de los artículos se muestran fotos de JC Reyes, que, tal y como recoge Fernández Díaz en su investigación, se da en el caso de que los

autores de los hechos son personalidades famosas. En ese caso “*las fotos redundan en la difusión de una imagen pública, no en beneficio de la denuncia de una agresión*” (Fernández Díaz, 2003: 93). Así, se muestra el rechazo público, pero también se presenta indirectamente el éxito comunicativo que ha tenido el cantante. Se transmite un discurso dicotómico en el que se denuncia la utilización del cuerpo femenino como reclamo, pero también se representa su éxito, lo que puede llevar a otras personas a repetir este tipo de acciones.

Uno de los grandes retos del feminismo contemporáneo es luchar contra las diversas formas de cosificación del cuerpo de las mujeres (Alario Gavilán, 2018). Así, desde que el cuerpo femenino se ha utilizado como objeto sexual en los discursos publicitarios (Berganza Conde y del Hoyo Hurtado, 2006) se ha avanzado en la identificación de estereotipos (Aguaded Gómez et al., 2011), pero también se han generado unos nuevos (Romera, 2020). Sea de la forma que sea, el cuerpo femenino sigue siendo un objeto sexual que se comercializa en la sociedad capitalista neoliberal y parece que aumenta su uso como tal con las tecnologías. En lugar de darse una bajada de los seguidores de JC Reyes como rechazo social, sus fans aumentan y así lo refleja el discurso periodístico analizado. Algunas noticias datan sus seguidores en 255.000 cuando comienza este caso y, a fecha de esta investigación, cuenta con más de 400.000 fans en su cuenta de *Instagram*. Nos encontramos ante un efecto dicotómico en el que existe una denuncia pública pero claramente también se le confiere fama a través del cuerpo femenino. Así, el discurso que se genera sobre el *revenge porn* lo sitúa como una estrategia de *marketing* que, tal y como se muestra en los artículos analizados, aumenta la presencia mediática.

## 7. CONCLUSIONES

En la presente investigación se ha analizado el discurso sobre el *revenge porn* en los diarios *El País*, *El ABC*, *El Mundo* y *La Vanguardia*. El estudio de la construcción discursiva del porno de venganza se realiza a través del análisis de caso de la publicación de imágenes con contenido sexualizado manipulado de la artista española Rosalía. Para analizar el corpus se ha llevado a cabo un análisis crítico del discurso con perspectiva feminista que nos ha permitido estudiar el discurso sobre el *revenge porn*, el papel de la tecnología en el caso, la relación con las formas de violencia y la utilización del cuerpo femenino como reclamo.

Por un lado, vemos cómo la publicación de las imágenes manipuladas de Rosalía no se identifica como una práctica pornográfica en el discurso general, a pesar de responder a las características del *revenge porn*. Así, se

clasifica como un hecho aislado y no se deja ver que existe toda una estructura que engloba prácticas de este tipo. De esta forma no se identifica como un problema generalizado y un patrón que se repite y que tiene como elemento central la objetivización del cuerpo femenino. Únicamente en *Smoda*, un medio dirigido principalmente a mujeres, se relaciona este caso con el *revenge porn*. De esta forma, no se engloba en el discurso general y se publica en un reportaje dirigido a una audiencia muy concreta, y que además es la principal víctima de este tipo de prácticas, por lo que no llegará a la gran mayoría.

En cuanto a la relación de este caso con un tipo de violencia vemos como el discurso analizado se posiciona de manera neutral. Cuando los diarios clasifican el acto como tal lo hacen a través de las declaraciones de Rosalía, a excepción, de nuevo, del reportaje de *Smoda*. En cuanto al papel de la tecnología el discurso no lo sitúa en el centro de atención, se menciona sin profundizar. Sin embargo, en el reportaje sí se destaca el papel de la tecnología en la proliferación de este tipo de prácticas.

En líneas generales vemos cómo se produce una diferencia entre el discurso de los diarios generalistas y el de *Smoda*, la revista femenina de *El País*. De esta forma podemos afirmar que la construcción discursiva sobre este tipo de actos responde a unas características dependiendo del público al que se dirige. En los mensajes enfocados a un público amplio y general se parte desde una posición neutral y en los dirigidos a una audiencia principalmente femenina se parte de una conciencia crítica. Las posibles víctimas de estos actos y las personas previamente interesadas en ellos estarán más informadas que el público general, lo que conlleva a un desconocimiento de este tipo de prácticas que atentan contra las mujeres.

La víctima se construye como agente activo y lidera la respuesta social sobre el asunto. Los medios de comunicación utilizan su discurso como el eje conductor del mensaje y sitúan a la víctima como agente en la acción. Por otro lado, el actor de los hechos se sitúa como un sujeto problemático y no se aprueba su actitud. Los medios se sitúan en contra y castigan el hecho, aunque en algunos casos vemos cómo se destaca la figura del cantante a través de los apoyos que también él recibe y de la publicidad que se da a su trabajo por este acontecimiento.

Esto nos lleva al siguiente punto en el que exponemos las conclusiones sobre el uso del cuerpo de las mujeres como un reclamo para una estrategia de *marketing*. Las fotografías de Rosalía se publican como un intento de ganar audiencia e influencia y surgen su efecto. Se ve un aumento muy significativo en los fans del perfil de *Instagram* de JC Reyes y así se refleja en

el discurso analizado. De esta forma, se trasmite que la publicación de este tipo de imágenes hace ganar influencia al autor de los hechos.

El discurso analizado expone el *revenge porn* como una práctica residual que no está presente en los mensajes. El acto analizado se dibuja como un hecho aislado que afecta a la cantante Rosalía y se articula como un suceso anecdótico. En líneas futuras de investigación puede haber el análisis del discurso sobre este tipo de prácticas cuando las víctimas son anónimas para establecer las diferencias. También es relevante la relación de la manipulación del cuerpo de las mujeres a través de la tecnología con prácticas que denigran la imagen femenina como el *revenge porn*.

## 8. REFERENCIAS

- Aguaded Gómez, José Ignacio; Tello-Díaz, Julio y Sánchez Carrero, Jacqueline. 2011. «Rostros de mujer»: Análisis de estereotipos femeninos. *Reflexiones*, 90(2), 115-124.
- Aguado, Juan Miguel. 2004. *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Universidad de Murcia. [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Alario Gavilán, Mónica. 2018. La influencia del imaginario de la pornografía hegemónica en la construcción del deseo sexual masculino prostituyente: Un análisis de la demanda de prostitución. *Asparkia*, 33, 61-79. <http://dx.doi.org/10.6035/Asparkia.2018.33.4>
- Alario Gavilán, Mónica. 2021. ¿Por qué tantos hombres se excitan sexualmente ejerciendo violencia? La invisibilización y la erotización de la violencia sexual contra las mujeres en la pornografía. *ATLÁNTICAS – Revista Internacional de Estudios Feministas*, 6(1), 190-218. <https://dx.doi.org/10.17979/arief.2021.6.1.7164>
- Díaz Altozano, Paula; Padilla Castillo, Graciela y Requeijo Rey, Paula. 2021. Sexualización de niñas en redes sociales: La necesidad de inteligencia semántica en Instagram. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 31-45. <https://doi.org/10.5209/infe.69559>
- AIMC. 2023. *Marco General de los Medios en España*. [https://www.aimc.es/a1mc-cOnt3nt/uploads/2023/02/Marco\\_General\\_Medios\\_2023.pdf](https://www.aimc.es/a1mc-cOnt3nt/uploads/2023/02/Marco_General_Medios_2023.pdf)
- Azpiazu Carballo, Jokin. 2014. Análisis crítico del discurso con perspectiva feminista. En Mendia Azkue, Irantzu; Luzán, Marta; Legarreta, Matxalen; Guzmán, Gloria; Zirion, Iker y Azpiazu Carballo, Jokin (Eds.). *Otras formas de (re)conocer. Reflexiones, herramientas y aplicaciones desde la investigación feminista*. Hegoa.
- Bazaco, Ángela; Redondo, Marta y Sánchez-García, Pilar. 2019. El clickbait, como estrategia del periodismo viral: Concepto y metodología. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 94-115.

<https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1323>

- Berganza Conde, María Rosa y del Hoyo Hurtado, Mercedes. 2006. La mujer y el hombre en la publicidad televisiva: Imágenes y estereotipos. *Zer*, 21, 161-175.
- Bernárdez Rodal, Asunción. 2015. *Mujeres en medios. Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Fundamentos.
- Bianchi, Martín. 2023. Jackie Kennedy y el desnudo de los mil millones de dólares: 50 años del primer caso de 'pornovenganza'. *El País*, 11/09/2023. <https://elpais.com/gente/2023-09-11/jackie-kennedy-y-el-desnudo-de-los-mil-millones-de-dolares-50-anos-del-primer-caso-de-pornovenganza.html>
- Blanco Ruiz, Alejandra y Iglesias Ruiz, Julia. 2021. El Marketing a través de las redes sociales. *RA & DEM: Revista de Administración y Dirección de empresas*, 5, 315-331.
- Bourdieu, Pierre. 2000. *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Branch, Kathryn; Hilinski-Rosick, Carly M.; Johnson, Emily y Solano, Gabriela. 2017. Revenge Porn Victimization of College Students in the United States: An Exploratory Analysis. *International Journal of Cyber Criminology*, 11(1), 128-142. <https://doi.org/10.5281/zenodo.495777>
- Chiclana Actis, Carlos y Mestre-Bach, Gemma. 2020. ¿Por qué se investiga la pornografía? *Nueva Revista*, 03/08/2023. <https://www.nuevarevista.net/por-que-se-investiga-la-pornografia/>
- Criado Pajuelo, Andrea. 2022. La representación de la mujer en la pornografía desde una perspectiva de género: Un análisis global. *Journal of Feminist, Gender and Women Studies*, 1(12), 52-80. <https://doi.org/10.15366/jfgws2022.12.004>
- De Miguel Álvarez, Ana 2022. Sobre la pornografía y la educación sexual: ¿puede «el sexo» legitimar la humillación y la violencia? *Gaceta Sanitaria*, 35, 379-382. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2020.01.001>
- Fernández Díaz, Natalia. 2003. *La violencia sexual y su representación en la prensa*. Barcelona: Anthropos.
- Fletcher, John. (2018). Deepfakes, Artificial Intelligence, and Some Kind of Dystopia: The New Faces of Online Post-Fact Performance. *Theatre Journal*, 70(4), 455-471. <https://doi.org/10.1353/tj.2018.0097>
- Flores-Vivar, Jesus Miguel y Zaharías, Ana María. 2022. La praxis del «clickbait» y de The Trust Project: Riesgos y retos en los diarios digitales españoles. *Anàlisi, Extra*, 5-23. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3463>
- Foucault, Michael. (1970). *El orden del discurso*. Barcelona: Austral.
- García-Ull, José Francisco. 2021. Deepfakes: El próximo reto en la detección de noticias falsas. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 64, 103-120. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3378>
- Gerrero, Teresa; Hernández, Virginia; Corral, Miguel G.; Fresneda, Carlos; Yanke, Rebeca; Tardón, Laura; Lucio, Cristina G.; de Miguel, Mar; Valero, Carmen y Munera, Isabel. La tecnología no tiene ética, pero la

- humanidad depende de ella. S. f. *El Mundo*, 23/08/2023. <https://lab.elmundo.es/inteligencia-artificial/riesgos.html>
- Gómez de Ágreda, Ángel. 2018. Falsas noticias, no noticias falsas. *Telos Cuadernos de comunicación e innovación*, 109, 18-21. <https://telos.fundaciontelefonica.com/wp-content/uploads/2018/10/telos-109-asuntos-de-comunicacion-angel-gomez-de-agreda.pdf>
- Jiménez, Marimar. 2023a. Artigas aboga por que Europa lidere la regulación de la IA y evitar otras más laxas. *Cinco Días*, 18/07/2023. <https://cincodias.elpais.com/companias/2023-07-18/artigas-aboga-por-que-europa-lidere-la-regulacion-de-la-ia-y-evitar-otras-mas-laxas.html>
- Jiménez, Marimar. 2023b. Siete tecnológicas se comprometen con Biden a adoptar medidas para una IA más segura y transparente. *Cinco Días*, 21/07/2023. <https://cincodias.elpais.com/companias/2023-07-21/siete-tecnologicas-se-comprometen-con-biden-en-hacer-una-inteligencia-artificial-mas-segura-y-transparente.html>
- “La preocupación que despierta la tecnología que permite poner el rostro de cualquiera en los cuerpos de actores porno”. 2018. *BBC*, 01/09/2023. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42912261>
- Núñez Puente, Sonia. (2008). La representación/presencia de la mujer en los Medios de Comunicación. *Feminismo/s*. 11, 9-13. <http://dx.doi.org/10.14198/fem.2008.11.01>.
- Núñez Puente, Sonia y Fernández Romero, Diana. (2022). Estudios de género y discurso. En *Estudios del discurso / The Routledge Handbook of Spanish Language Discourse Studies*, 302-315. Routledge.
- Núñez Puente, Sonia; Fernández Romero, Diana y Vázquez Cupeiro, Susana. 2015. El impacto de Internet como herramienta de lucha contra la violencia de género. Análisis de la brecha digital y de los procesos de victimización. *Revista europea de derechos fundamentales*, 26, 65-77.
- Palazzi, Pablo A. 2016. Difusión no autorizada de imágenes íntimas (revenge porn). *El Derecho*, 1(1), 1-32.
- Palomo, Virginia. 2022. La palabra del año 2022 en los medios de comunicación. *Fundéu RAE*, 15/09/2023. <https://www.fundeu.es/blog/la-palabra-del-ano-2022-en-los-medios-de-comunicacion/>
- Pastor, Marta y Borraz, Alba. 2023. «Deepfakes» sexuales: El caso de las menores de Almendralejo consolida una nueva forma de violencia machista. *El Diario*, 20/08/2023. [https://www.eldiario.es/sociedad/deepfakes-sexuales-caso-menores-almendralejo-consolida-nueva-forma-violencia-machista\\_1\\_10527153.html](https://www.eldiario.es/sociedad/deepfakes-sexuales-caso-menores-almendralejo-consolida-nueva-forma-violencia-machista_1_10527153.html)
- Peirano, Marta. 2023. El 96% de las imágenes de Inteligencia Artificial son pornografía no consentida: Quién jugará con nuestros cuerpos sintéticos | Feminismo. *S Moda El País*, 20/08/2023. <https://smoda.elpais.com/feminismo/el-96-de-las-imagenes-de-inteligencia-artificial-son-pornografia-no-consentida-quien-jugara->

[con-nuestros-cuerpos-sinteticos/](#)

- Romera, Magdalena. 2020. Estereotipos para la mujer de hoy. La maternidad sexy en el discurso de las revistas españolas para mujeres. *Discurso & Sociedad*, 14(4), 970-992.
- Rovira, Marc. 2018. Absuelto el guardia urbano juzgado por difundir una foto porno de una compañera como venganza. *El País*, 30/08/2023. [https://elpais.com/ccaa/2018/01/09/catalunya/1515500178\\_698627.html](https://elpais.com/ccaa/2018/01/09/catalunya/1515500178_698627.html)
- Sanahuja, Montse. 2018. Erradiquemos la cosificación de las mujeres: Cuerpo sí, cosa no. *Catalunya Plural*, 01/09/2023. <https://catalunyaplural.cat/es/erradique-cosificacion-las-mujeres-cuerpo-cosa-no/>
- Satrio, Danang; Priyanto, Sony y Nugraha, Albert. 2020. Viral Marketing for Cultural Product: The Role of Emotion and Cultural Awareness to Influence Purchasing Intention. *Montenegrin Journal of Economics*, 16(2), 77-91. <https://doi.org/10.14254/1800-5845/2020.16-2.6>
- Stake, Robert E. 1999. *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Ediciones Morata.
- Van Dijk, Teun A. 1983. Estructuras textuales de las noticias de prensa. *Análisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 7/8, 77-105.
- Van Dijk, Teun A. 1990. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Ediciones Paidós.
- Van Zoonen, Liesbet. 2006. The personal, the political and the popular: A woman's guide to celebrity politics. *Journal of Cultural Studies*, 9(13), 287-301. <https://doi.org/10.1177/1367549406066074>
- Vázquez Luna, José Luis. 2020. Las noticias falsas (fake news), la desinformación y la infodemia durante la pandemia de la COVID-19. *Sintaxis*, 189-202. <https://doi.org/10.36105/stx.2020edespcovid-19.09>
- Wagner, Travis L. y Blewer, Ashley. 2019. "The Word Real Is No Longer Real": Deepfakes, Gender, and the Challenges of AI-Altered Video. *Open Information Science*, 3, 32-46. <https://doi.org/10.1515/opis-2019-0003>
- West, Candance, Lazar, Michelle M. y Kramarae, Cheris. 2000. El género en el discurso. En Van Dijk, Teun (Ed.), *El discurso como interacción social: Estudios del discurso, introducción multidisciplinaria*, 179-212. Gedisa.

## 9. MATERIAL DE ANÁLISIS

- Cuartero Escartín, Abel. 2023. Las fotos que JC Reyes ha falseado con desnudos de Rosalía y por las que ella le llama «repugnante». *La Vanguardia*, 12/08/23. <https://www.lavanguardia.com/gente/20230524/8991078/fotos-jc-reyes-falseado-desnudos-rosalia-le-llama-repugnante.html>
- del Río, Judit. 2023. JC Reyes pide disculpas a Rosalía por compartir sus fotos manipuladas: «Soy un hombre y sé cuándo he de reconocer mis errores». *La Vanguardia*.

<https://www.lavanguardia.com/gente/20230525/8994520/jc-reyes-disculpas-rosalia-compartir-fotos-manipuladas-hombre-reconocer-errores-mmn.html>

del Río, Judith. 2023a. La reacción de Rauw Alejandro a la denuncia de Rosalía por las fotos falsas desnuda: «Siempre buscarán la manera». *La Vanguardia*, 12/08/23.

<https://www.lavanguardia.com/gente/20230525/8993203/reaccion-rauw-alejandro-denuncia-rosalia-fotos-falsas-desnuda-mmn.html>

del Río, Judith. 2023b. Rosalía estalla contra el rapero que ha usado fotos falsas de ella desnuda: «El cuerpo de una mujer no es mercancía para tu marketing». *La Vanguardia*, 12/08/23.

<https://www.lavanguardia.com/gente/20230525/8993181/rosalia-estalla-rapero-fotos-falsas-desnuda-cuerpo-mujer-mercancia-marketing-mmn.html>

“Detenido, criticado... Quién es JC Reyes, el autor de las fotografías manipuladas de Rosalía | Famosos”. 2023. *El Mundo*, 12/08/23.

<https://www.elmundo.es/loc/famosos/2023/05/24/646e3c0cfdddf24368b45bb.html>

Jiménez, Andrea. 2023. Rosalía denuncia la foto falsa en la que aparece desnuda, creada y publicada por el cantante JC Reyes: “Es violencia”.

*El País*, 12/08/23. <https://elpais.com/gente/2023-05-24/rosalia-denuncia-la-foto-falsa-en-la-que-aparece-desnuda-creada-y-publicada-por-el-cantante-jc-reyes-es-violencia.html>

Peirano, Marta. 2023. El 96% de las imágenes de Inteligencia Artificial son pornografía no consentida: Quién jugará con nuestros cuerpos sintéticos | Feminismo. *S Moda El País*, 12/08/23.

<https://smoda.elpais.com/feminismo/el-96-de-las-imagenes-de-inteligencia-artificial-son-pornografia-no-consentida-quien-jugara-con-nuestros-cuerpos-sinteticos/>

“Rosalía estalla por la manipulación de unas fotos en las que parece estar desnuda: «Es un tipo de violencia y da asco»”. 2023. *ABC*, 12/08/23.

<https://www.abc.es/recreo/rosalia-estalla-manipulacion-fotos-parece-estar-desnuda-20230524091109-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fhemeroteca%2Frosalia%2Fpagina-25%3For%3D1>

“Rosalía responde a JC Reyes tras subir fotos suyas manipuladas en las que aparece desnuda: «Es un tipo de violencia y da asco»” | Famosos. 2023. *El Mundo*, 12/08/23.

<https://www.elmundo.es/loc/famosos/2023/05/24/646dcffefdddfa1348b45bc.html>

“Rosalía vuelve a responder a JC Reyes por las fotos manipuladas en las que aparece desnuda: «El cuerpo de una mujer no es propiedad pública»”

| Famosos. 2023. *El Mundo*, 12/08/23. <https://www.elmundo.es/loc/famosos/2023/05/25/646ef9e9fc6c832f3d8b45fd.html>