

El CAA advierte que el envío de vídeos #papagorda puede tener consecuencias legales

Con un total de 2.379 posts y 74 millones de visualizaciones el *hashtag* #papagorda24, ocupó el decimosexto puesto con más tráfico generado en España

Andalucía, 02 de mayo de 2025. Con la llegada de la Feria de Abril se inicia la temporada de ferias y fiestas populares en Andalucía. El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) recuerda los resultados de su informe sobre los *hashtags* utilizados para difundir por redes sociales vídeos en los que aparecen personas bajo los efectos del alcohol en fiestas multitudinarias. El CAA constata y advierte que el uso de las redes sociales para la distribución de videos cortos de personas anónimas grabadas en estado de embriaguez o similares sin su consentimiento, con ocasión de distintas celebraciones, puede constituir una intromisión ilegítima en sus derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen con las consecuencias legales que puede conllevar.

En el marco de las funciones atribuidas al regulador audiovisual andaluz, y continuando con su labor de desarrollar campañas de educación y difusión sobre el uso seguro y responsable de Internet y las tecnologías de la información y la comunicación, se inició esta línea de trabajo dada la polémica y alarma social suscitada a raíz de estos hechos, circunscritos principalmente al ámbito andaluz. Resulta evidente que, con la distribución de estos videos cortos sin consentimiento, se pueden conculcar los derechos fundamentales de las personas que aparecen. Además, este riesgo se incrementa dado que son distribuidos mediante plataformas, con el efecto multiplicador de estas.

Vídeos virales #papagorda

El *hashtag* #papagorda se comienza a utilizar en Twitter (actual X) durante la Feria de Sevilla de 2019 y bajo esta etiqueta se difunden una variada tipología de contenidos donde abundan las imágenes y vídeos de personas en evidente estado de embriaguez y con la intención de mofarse de quienes aparecen en los mismos. Estos *hashtags* incluyen la fecha de la edición correspondiente, como #papagorda22 y #papagorda23, y se han vuelto virales, atrayendo la atención de los medios de comunicación. Los vídeos incluyen tanto grabaciones realizadas por las personas involucradas como grabaciones sin su conocimiento.

Para este análisis se han utilizado diversas herramientas para medir el alcance del *hashtag* en redes sociales. Se han realizado búsquedas en Google y en los motores de búsqueda internos de TikTok, X, Instagram, Facebook y YouTube, utilizando términos relacionados con

borracheras y ferias. TikTok ha sido una de las plataformas más utilizadas para la difusión de contenidos con el *hashtag* #papagorda24 durante la Feria de Sevilla 2024. Según los datos obtenidos, había 2.379 publicaciones con este *hashtag*, generando 67 millones de visualizaciones en España y 74 millones en total. Este *hashtag* fue el 16º con más tráfico en España a fecha del 26 de abril de 2024.

El análisis muestra que los vídeos con el *hashtag* #papagorda24 han tenido un impacto significativo en redes sociales, especialmente en TikTok y X. Sin embargo, también se observa una creciente desaprobación de estos contenidos por parte de los usuarios, quienes destacan las posibles implicaciones legales.

También hay otros vídeos donde se puede inferir que las personas que aparecen en ellos no saben que están siendo grabadas porque no interactúan en ningún momento con el sujeto que recoge las imágenes ni miran al móvil y, en ocasiones, el plano en el que aparecen es muy lejano. Ya existe el precedente de una sanción de 10.000 euros, impuesta en 2022 por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), por difusión masiva en redes sociales de un vídeo grabado sin consentimiento donde aparece una persona que estaba en la vía pública en estado de embriaguez. La grabación se realiza desde un móvil por un desconocido que iba en su coche y en la misma se puede identificar a la persona que aparece en el vídeo, que estaba apoyada en una papelería para mantener el equilibrio mientras su perro estaba en la carretera.

El derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen son derechos reconocidos y amparados por el artículo 18.1 de la Constitución Española y desarrollados mediante la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, sobre protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, que determina cuándo el uso de la imagen tienen la consideración de **intromisión ilegítima**.

En suma, el uso de las redes sociales comporta riesgos como los analizados. Por ello, la adopción de medidas y la concienciación sobre su buen uso y las implicaciones legales que ciertas conductas pueden conllevar, es una realidad que debe ser abordada tanto por los distintos agentes como por los organismos que tienen competencias en la materia, sin perjuicio de las eventuales acciones ante los tribunales de los propios afectados.

Se puede consultar el análisis completo haciendo clic [aquí](#).

Para más información:

Ana Millán Muñoz
Responsable de Comunicación
Tfno. 600 955 880
ana.millan.munoz@juntadeandalucia.es
@CaudiovisualAnd