vinetur

Pablo Teipro gana un premio mundial por enseñar vino con vídeos claros en redes sociales

El creador de Vinos con Pablo supera 465.000 seguidores con contenidos breves sobre mitos, maridajes y conservación

miércoles 30 de septiembre de 2026

Pablo Teipro, creador del proyecto Vinos con Pablo, ha sido reconocido con el premio Best Wine Educator Innovation en los VINOINFLUENCERS World Awards 2026, celebrados el pasado 19 de septiembre en Valladolid. La organización del certamen atribuye el galardón a su forma de acercar el aprendizaje sobre vino al público mediante lenguajes digitales y contenidos de fácil comprensión.

La entrega tuvo lugar en el Centro Cultural Miguel Delibes como cierre de tres jornadas dedicadas al vino, la gastronomía, el territorio, el patrimonio, la innovación y el enoturismo. Los premios reunieron a 150 comunicadores profesionales procedentes de 34 países y repartieron diez galardones en otras tantas categorías.

Teipro puso en marcha Vinos con Pablo en 2021 con la idea de llevar la divulgación del vino a un público amplio. Su propuesta se apoya en un lenguaje directo y en piezas breves sobre dudas frecuentes, mitos, maridajes y recomendaciones. En ese tiempo, afirma haber catado alrededor de 13.650 vinos, una cifra que presenta como reflejo de su dedicación al sector.

Su audiencia en redes sociales se reparte entre 281.000 seguidores en Instagram, 185.000 en TikTok y 6.500 en YouTube. En conjunto, sus perfiles superan los 465.000 seguidores, una base de público que le ha permitido ganar presencia en un ámbito en

el que la comunicación del vino busca llegar a consumidores más jóvenes y menos familiarizados con el lenguaje técnico.

Parte de ese alcance se apoya en varios vídeos con millones de visualizaciones. Entre los más vistos figuran Mitos y verdades, con 4,5 millones de reproducciones entre Instagram y TikTok, y Queso y alcohol, con cuatro millones. A ellos se suma ¿Qué es el penicillium?, que supera 1,2 millones de visualizaciones en Instagram. Su serie sobre los mejores vinos de España acumula, además, más de seis millones de reproducciones, y entre cinco y diez vídeos más han pasado del millón cada uno, de acuerdo con los datos facilitados por su proyecto.

El premio recibido en Valladolid distingue de forma específica la innovación aplicada a la educación sobre vino. La organización sostiene que su trabajo muestra que este aprendizaje puede presentarse de forma cercana y comprensible sin renunciar al contenido formativo. Ese planteamiento enlaza con una tendencia cada vez más presente en el sector: trasladar a formatos breves asuntos que antes se reservaban a catas, cursos o publicaciones especializadas.

Más allá de las redes sociales, Teipro también ha participado en entrevistas y piezas informativas sobre consumo, servicio y conservación del vino. En esas intervenciones ha abordado cuestiones como la elección de una botella en el supermercado, los errores más comunes al servirla o la forma de conservarla una vez abierta.

Los VINOINFLUENCERS World Awards celebraron este año su tercera edición en Castilla y León. Durante las jornadas del 17 al 19 de septiembre, el encuentro reunió a comunicadores del vino de distintos países en una programación centrada en bodegas, gastronomía, patrimonio, destinos e innovación vinculada al enoturismo.