vinetur

Cuando el vino se vuelve instagrameable

Las nuevas generaciones, especialmente la Z, tienden a beber algunos vinos dependiendo de si lo han visto en alguna red social

miércoles 16 de julio de 2025

ESCRITO POR JAVIER CAMPO



El otro día leía en un artículo publicado aquí en Vinetur que hablaba de que, según un informe de una consultora londinense, la generación Z está creciendo en lo que al consumo de vino se refiere, amen de otros alcoholes, y se está acercando, que no equiparando, con otras generaciones anteriores. Y esto tiene mucho que ver con las

redes sociales.

Hablar del tema elegir la copa adecuada es como querer hablar de física quántica. Si un vaso de plástico o una lata han salido en un reel, pues ese es el recipiente adecuado y no una copa Riedel que eso es de cutres, viejunos, boomers y otras lindezas. "Pero para que vas a usar una copa si te puedes llevar unas latas en una super freezer portátil que se enchufa con un USB tipo C, mientras haces una gaming party en el sky bar de Planet Cool".

Y ¿esto porque pasa? Porque por mucho que hayamos pasado la vida estudiando y conociendo el mundo del vino, su historia y su cultura, llega una super cuky echando vapor a un vino en la piscina de un resort o un gracioso haciendo cubitos de hielo con el vino que te ha sobrado de la semana pasada. Tienen cientos de miles o millones de seguidores y su "verdad" se come al especialista más preparado del mundo en los 15 segundos que dura el video.

Esta mezcla de irreverencia y frivolidad, para algunos, es la tendencia y realmente no sabemos si ha llegado para quedarse pero lo cierto es que está arrasando. Muchas bodegas emergentes acuerdan colaboraciones o contratan a este tipo de influencers y llegan a mucha gente. Pero que lleguen a mucha gente no quiere decir éxito, porque ese target no es el que compra vino y, las bodegas siguen viviendo de las ventas y no de los likes.

Pero, los nuevos entendidos en vinos no hacen cursos WSET. Lo que hacen es mirar muchos videos en Instagram y TikTok porque no sale un estirado con corbata soltando un rollo sobre el Terroir. Sale una chiquilla diciéndote hasta donde debe llenarse la copa o un crossfitter tope cachas enseñándote a abrir una botella con un martillo y una llave, lo cual es muy útil porque todos tenemos un martillo en la guantera del coche, o en la bolsa de deporte o en el bolsillo de atrás de los vaqueros.

Por poner a alguien de ejemplo, me pongo yo mismo. Hago un reel hablando de un vino que me han enviado y explico que está hecho con estas variedades, esta crianza y que vamos a encontrar aromas a esto o a lo otro, por lo que es recomendable para aquello o lo de más allá y me visitan o me ven unos pocos miles. Hace un reel uno que no sabe diferenciar una variedad tinta de una blanca, diciendo que lo importante es tomarlo de

una u otra manera mientras suelta un meme de lo más gracioso y le revientan las visitas hasta llegar al millón y medio de visualizaciones. Y entonces volvemos a lo de antes. ¿Cómo se convierte eso en ventas y liquidez para la bodega?

Lo curioso, es que los usuarios de este tipo de videos lo repostean o hacen su propia versión y, hay personas que, lamentablemente le dan credibilidad. Y eso que no hemos nombrado la todo poderosa Inteligencia Artificial con la que podemos ver a cualquier famoso o no tomando el vino que nos apetezca poner en el prompt hasta que conseguimos el esperado resultado. Y esto también te lleva a otra controversia que tiene que ver con la defendida sostenibilidad de estos máquinas de los consejos ya que, para elaborar estos videos con IA generativa, el consumo de agua en algún lugar del mundo es ingente. Pero eso da igual, mientras tenga seguidores...

Algunos esperamos que esta transformación sea solo pasajera y los verdaderos amantes del vino, de una u otra generación, busquen prescripción solvente y fidedigna y puedan conocer el maravilloso mundo del vino sin tener que aplicar un filtro.