

Tecnicismi: gli errori che rendono il vino un mondo elitario

scritto da Veronica Zin | 18 Novembre 2025



Carlos Torrealba, premiato ai Wine Influencer World Awards, ha costruito una community di oltre 550.000 persone con un approccio anti-elitario alla comunicazione del vino. Il suo motto “El mejor vino es el que más te gusta” incarna una filosofia inclusiva che abbate il tecnicismo eccessivo, rendendo il vino accessibile a tutti attraverso linguaggio semplice e contenuti educativi.

Un percorso iniziato quasi per caso, quello di Carlos Manuel Torrealba. Laureato in legge e con un master in amministrazione aziendale, nel 2013 fonda un'azienda di distribuzione di vini in Venezuela. Anni dopo, nel 2022, decide di promuovere lui stesso sui social media i

propri vini.

Una scelta dettata dalla necessità, ma anche dalla frustrazione: “Vedevo che nel vino c’è molto tecnicismo, molte persone si allontanano perché lo vedono complicato, complesso, pensano che solo gli esperti possano bere vino”, ci racconta. Così ha iniziato a comunicare la sua visione, usando un linguaggio semplice e non tecnico.

Il successo è stato travolgente. Oggi, con una community di oltre 550.000 persone tra Instagram, TikTok e YouTube, Carlos ha deciso di dedicarsi al 100% al mondo digitale. Gestisce un’Accademia Digitale del Vino, pensata “per quegli amanti del vino che non vogliono studiare per diventare sommelier, ma vogliono imparare le basi per bere con criterio”, un club del vino online e sta sviluppando un corso per insegnare ad altri professionisti come comunicare il vino.

Lo abbiamo intervistato per scoprire le sue strategie per superare le barriere di un mondo ancora troppo elitario.

Hai vinto il premio per l’Innovazione Educativa. La comunicazione del vino è spesso criticata per essere “elitaria”. In che modo il tuo approccio “amichevole” può essere la strategia per superare questa barriera?

Quando vendevo i miei vini, vedevo che chi sapeva di vino parlava in modo molto complicato, tecnico, professionale. Questo allontanava le persone, perché lo vedevano come qualcosa di difficile, solo per intenditori. E non è così. Il vino non è solo per intenditori. È per le persone a cui piace. Per questo ho un motto con cui chiudo tutti i miei video: **“El mejor vino es el que más te gusta”** (Il miglior vino è quello che ti piace di più). È una frase che le persone hanno accolto

molto bene perché include tutti coloro a cui piace il vino. E se anche io, con più conoscenza, ritengo che questo vino sia migliore di quello, ma a te piace l'altro, non posso dirti che sbagli.

Vieni dal Venezuela e ti rivolgi al mercato ispanofono. Quali sono le principali sfide dell'educazione vinicola in America Latina e qual è la situazione specifica del tuo paese?

La sfida principale, in America Latina, è la **poca cultura del vino**. I nostri paesi non sono abituati a bere vino; siamo più da rum, da birra. In Venezuela si beve anche molto whisky. **Un'altra sfida è la poca varietà**: qui in Venezuela arrivano pochi vini, e questo ci limita nel poter provare grandi etichette. C'è bisogno che arrivino più proposte di vini dal mondo. L'altra sfida riguarda la conoscenza: **far sì che le persone inizino a valorizzare di più il vino e la sua importanza nel cibo**. Capire che il vino è necessario con il cibo per goderselo ancora di più.

Un altro tema è il prezzo: in Venezuela viviamo un paradosso, quello del *"nadie es profeta en su tierra"* (nessuno è profeta nella sua terra). Puoi trovare un vino venezuelano che costa più di un vino spagnolo o italiano importato. E quindi il venezuelano dice: "perché dovrei comprare un vino venezuelano se è più costoso? Preferisco un vino italiano o uno spagnolo, che sono anche più conosciuti".

Ma siamo una regione vitivinicola giovane e abbiamo un potenziale enorme. **In Venezuela abbiamo due vendemmie all'anno. Abbiamo entrambi gli emisferi in un solo paese, con vendemmie a marzo-aprile e a settembre-ottobre**. Il Venezuela ha vinto medaglie d'oro con i suoi spumanti, facciamo prodotti meravigliosi.

Se dovessi identificare i maggiori errori educativi oggi, da dove inizieresti? Quali sono i difetti principali dei comunicatori e quali quelli dei consumatori?

Il principale errore dei comunicatori del vino è il loro grado di tecnicismo quando parlano alle persone. Penso anche che gli esperti di vini siano in generale molto poco umili: chi conosce il vino tende ad essere poco umile, tende a guardare dall'alto in basso chi non sa. È per questo che il mondo del vino è elitario. Lo vedi nel modo di comunicare, nell'atteggiamento, persino nella postura...

E non è un problema di genere, perché secondo me quello del vino non è un mondo maschilista; oggi ci sono donne meravigliose che si sono distinte moltissimo, ma, come dicevo, vedo poca umiltà – indipendentemente che siano donne o uomini.

Gli errori dei consumatori, invece, sono molti e spesso legati ai **miti del vino**. Ho sentito molti consumatori dirmi: “No, a me il vino piace a temperatura ambiente”. Ma un vino a temperatura ambiente, soprattutto se ti trovi ai tropici, è un vino caldo. Non è alla temperatura adeguata e quindi non può essere valutato correttamente. Alcuni non sanno nemmeno **come tenere un bicchiere di vino**. Questi sono errori che impediscono di godersi appieno il vino.

Oggi si parla molto di narrative complesse come il terroir o la filosofia produttiva. Ma quanto conta per i consumatori conoscere anche l'impatto etico e sociale di un'azienda?

Conoscere la storia, i metodi di produzione, la filosofia

dell'azienda, aiuta a connettersi molto di più con il vino. Sapere che c'è rispetto per l'ambiente, per i lavoratori, per il terroir, aggiunge valore al vino.

I consumatori preferiscono aziende che danno fiducia, con cui ci si identifica, sia nella filosofia che nella missione.

Oggi esistono le **“Empresas B”** (B Corporations). Sono aziende che generano quello che chiamano il **“triplo impatto”**: **impatto sociale, impatto ambientale e impatto aziendale** (produttivo). Molte aziende vinicole si stanno certificando come B e per me è molto interessante trovare vini con quel sigillo B, perché mi dà una garanzia di qualità e di rispetto.

Punti chiave

1. **Community di 550.000 persone costruita con linguaggio semplice e non tecnico**, abbattendo le barriere dell'elitarismo enologico.
2. **Mancanza di umiltà è il problema principale dei comunicatori del vino**, non una questione di genere secondo Torrealba.
3. **“El mejor vino es el que más te gusta”**: il motto che include tutti gli appassionati senza giudizi o gerarchie di gusto.
4. **Accademia Digitale del Vino** per amanti che vogliono imparare le basi senza diventare sommelier professionisti.
5. **America Latina e Venezuela**: mercati con scarsa cultura vinicola ma potenziale enorme, incluse due vendemmie annuali.

