



Rivar

REVISTA IBEROAMERICANA DE
VITICULTURA, AGROINDUSTRIA
Y RURALIDAD

Editada por el Instituto de Estudios Avanzados
Universidad de Santiago de Chile

TABERNAS DE MURCIA: UNA APROXIMACIÓN A UN PAISAJE SOCIAL ETÍLICO TRADICIONAL



Tabernas de Murcia: An approach to a traditional ethyllic social landscape
Tabernas de Múrcia: Uma abordagem a uma paisagem social etílica tradicional

Volumen 13, número 38, 272-287, enero 2026

ISSN 0719-4994

Artículo de investigación

<https://doi.org/10.35588/p7zbme71>

Andrés Pedreño Cánovas

Universidad de Murcia
Murcia, España

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8164-0461>

andrespe@um.es

Recibido

30 de marzo de 2025

Aprobado

3 de junio de 2025

Publicado

28 de enero de 2026

**DOSSIER Patrimonio etílico:
Paisajes y espacios de
producción, circulación y
consumo**

Cómo citar

Pedreño Cánovas, A. (2026). Tabernas de Murcia: Una aproximación a un paisaje social etílico tradicional, *RIVAR*, 13(38), 272-287, <https://doi.org/10.35588/p7zbme71>

ABSTRACT

The aim of this article is to carry out an analysis of the tavern as a traditional ethylic social landscape, centred on the city of Murcia, Region of Murcia, Spain. The research is based on a sociological analysis of the book *Tabernas de Murcia* by José García Martínez and Manuel Muñoz Barberán. This publication, published in 1970, appears just at a historical moment when the process of economic and social modernization of the Region of Murcia, with the consequent structural transformations of the urban and rural geography, would lead this ethylic social landscape to its definitive crisis. It is concluded that the tavern is an ethylic social landscape defined by (i) its insertion in popular urban neighborhoods, based on family business and community networks, (ii) within a particular figuration between the urban space and the nearby wine production territory, (iii) with an identity that differentiates it from other hotel establishments thanks to its close links with the wine trade and supply, and (iv) in which a dense and diverse sociality develops around conversation and play.

KEYWORDS

Ethylic social landscape, tavern, wine production.

RESUMEN

El objetivo del artículo es realizar un análisis de la taberna como un paisaje social etílico tradicional, centrado en la ciudad de Murcia, en la Región de Murcia, España. La investigación se fundamenta en un análisis sociológico del libro *Tabernas de Murcia* de José García Martínez y Manuel Muñoz Barberán. Esta publicación, editada en 1970, aparece justo en un momento histórico en que el proceso de modernización económica y social de la Región de Murcia, con las consiguientes transformaciones estructurales de la geografía urbana y rural, conducirían a este paisaje social etílico a su crisis definitiva. Se concluye que la taberna es un paisaje social etílico definido por (i) su inserción en los vecindarios urbanos populares, basándose en entramados familiares de negocio y comunitarios, (ii) dentro de una particular figuración entre el espacio urbano y el territorio de producción vinícola próximo, (iii) con una identidad diferenciadora del resto de establecimientos hoteleros gracias a su estrecha vinculación con el comercio y suministro de vino, y (iv) en el que se desarrolla una densa y diversa sociabilidad en torno a la conversación y el juego.

PALABRAS CLAVE

Paisaje social etílico, taberna, producción de vino.

RESUMO

O objetivo deste artigo é realizar uma análise da taberna como paisagem social etílica tradicional, centrada na cidade de Múrcia, na Região de Múrcia, Espanha. A investigação baseia-se numa análise sociológica do livro *Tabernas de Murcia* de José García Martínez e Manuel Muñoz Barberán. Esta publicação, editada em 1970, surge precisamente num momento histórico em que o processo de modernização económica e social da Região de Múrcia, com as consequentes transformações estruturais da geografia urbana e rural, conduziria esta paisagem social etílica à sua crise definitiva. Conclui-se que a taberna é uma paisagem social etílica definida (i) pela sua inserção em bairros urbanos populares, baseada em redes familiares e comunitárias, (ii) numa figuração particular entre o espaço urbano e o território de produção vinícola próximo, (iii) com uma identidade que a diferencia de outros estabelecimentos hoteleiros graças às suas ligações estreitas com o comércio e o abastecimento de vinho, e (iv) na qual se desenvolve uma sociabilidade densa e diversificada em torno da conversa e do jogo.

PALAVRAS-CHAVE

Paisagem social etílica, taberna, produção de vinho.

Introducción

Recientemente ha habido una renovación del interés por las creaciones arquitectónicas del brutalismo que proliferaron en las ciudades del mundo, tras la Segunda Guerra Mundial, a raíz del estreno de la película *The Brutalist*, de Brady Corbet. En otras aproximaciones anteriores, la historia narrada en el film se centra en el conflicto entre el individuo creador y el gusto convencional de la colectividad social y oculta la conflictividad realmente existente en términos históricos, es decir, las luchas de los vecindarios en defensa de sus barrios, de las cuales Jane Jacobs se convirtió en portavoz.

La periodista Jane Jacob vivía desde finales de la Segunda Guerra Mundial en Greenwich Village, Nueva York, y se ganaba la vida mientras escribía para la revista *Architectural Forum*. Jacobs publicó un influyente artículo en la revista *Fortune*. En él reclamaba el centro de las ciudades para las personas, frente al paradigma funcionalista que estaba reestructurando las áreas centrales, diferenciadas por funciones, e implantando el complejo coche-autopista-centro comercial. Los vecindarios céntricos se demolían para dejar paso a los grandes edificios brutalistas o de otros estilos derivados del movimiento moderno. A raíz del debate que generó el artículo, Jane Jacobs publicó en 1961 el libro *Muerte y vida de las grandes ciudades norteamericanas* (Jacobs, 2011), en el que hacía una defensa de los barrios céntricos como espacios diversos, densos socialmente y con una mixtura de usos.

El único ejemplo de brutalismo en la ciudad de Murcia, en la Región de Murcia, España, es la Torre Hispania, antiguo Banco Vitalicio, en la plaza de la Fuensanta. Un edificio notable cuya mole de 16 plantas de hormigón y madera se alza sobre la insulsa trama desarrollista que le rodea. Ideado por el arquitecto Antonio Escario, se edificó entre 1967 y 1972 como colofón de «la Gran Vía», a modo de hito patrimonial atemporal que se propone como idea e imagen de futuro.

La Gran Vía Escultor Francisco Salzillo, conocida popularmente como «la Gran Vía», fue un proyecto aprobado por el ayuntamiento el 29 de abril de 1949 tras derribar cientos de edificios del casco antiguo, incluidos los baños árabes de Madre de Dios, declarados Monumento Nacional en 1931.

La apertura de la Gran Vía formó parte de un proyecto más amplio de reestructuración del centro de la ciudad que, finalmente, terminó desplazando los vecindarios populares y con ello declinó toda una forma de vida plebeya.

Las tabernas fueron un universo emblemático de aquellos vecindarios céntricos populares. Las características de la hibridación de usos, la diversidad social y densidad que, según Jane Jacobs caracterizaban a los vecindarios céntricos, también definen al mundo de la taberna. En la taberna se expresa esa «sucesión constante de ojos», que fascinaba a Jacobs por su capacidad de construir orden: «este orden se compone de cambio y movimiento y aunque su vida es vida y no arte, imaginativamente podríamos llamarlo la forma artística de la ciudad, y compararlo con la danza» (Jacobs, 2011).

La taberna es el lugar donde se bebe y/o vende vino. Se trata de una bebida con identidad (Duhart, 2019). Por un lado, el vino identifica a la taberna como un espacio social específico. En la taberna se bebe fundamentalmente vino y se almacena para su comercialización

como vino a granel. Por otro lado, a través del vino, la taberna conecta al campo con la ciudad. La identidad del vino, con sus particularidades enológicas, se la otorga el campo próximo, donde se cultivan los viñedos y se recoge la uva, y desde allí es transportado a la ciudad por circuitos seculares.

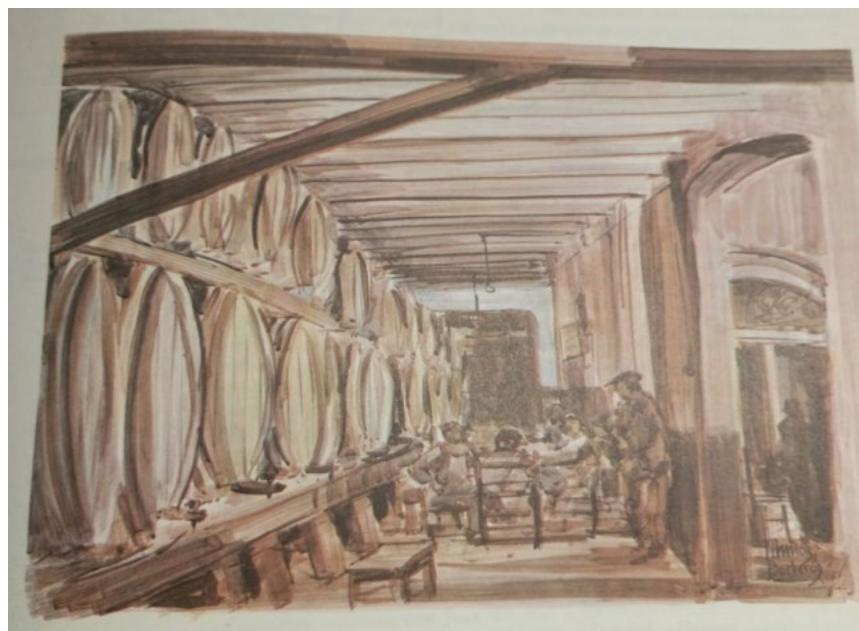
El objetivo del presente artículo es realizar un análisis de la taberna como un paisaje social etílico, el cual prácticamente desapareció en el contexto de las transformaciones urbanas y rurales de los años 70. Se presta atención al modelo de negocio, su relación con los vecindarios populares como espacio de socialidad,¹ la especialización en «bebidas con identidad» y la específica figuración tejida por la taberna entre lo rural y lo urbano.

Planteamiento y metodología

La investigación se fundamenta en un análisis sociológico del libro *Tabernas de Murcia* de José García Martínez y Manuel Muñoz Barberán. Se trata, por tanto, de una aproximación condicionada por su limitación a un único testimonio sobre las tabernas de la época, pero, por otro lado, tiene la virtud de que tal publicación es uno de los pocos documentos disponibles que hayan realizado un diagnóstico sobre el estado de las tabernas en aquel momento histórico.

En 1970, el periodista José García Martínez y el pintor Manuel Muñoz Barberán, con motivo de la Feria Internacional de la Conserva y Alimentación, presentaron públicamente el libro *Tabernas de Murcia*. Se trata de una aproximación a un total de catorce tabernas existentes en ese momento en el centro urbano y barrios de la ciudad de Murcia. Cada capítulo del libro está dedicado a una taberna, con su nombre y ubicación, la descripción en modo literario de su espacio interior, los elementos que la componen, quién es el propietario y alguna anécdota significativa de aquel universo social. Tales recreaciones vienen acompañadas de ilustraciones del pintor murciano Manuel Muñoz Barberán. Realizadas a plumilla, acuarela y técnica mixta, a veces en color, pero en su gran mayoría en blanco y negro, los dibujos de cada una de las tabernas representan un documento de excepcional valor etnográfico, pues recogen imágenes del interior de los establecimientos y de la vida social tabernaria con una particular atención y cuidado del detalle de lo observado (véase Figura 1).

1 Dado que es un concepto teórico utilizado en el análisis empírico conviene explicitar que se sigue la definición clásica de Georg Simmel que entiende la socialidad como interacciones entre individuos en espacios y situaciones concretas o «procesos microscópicos-moleculares que se ofrecen en el material humano; pero que constituyen el verdadero acontecer, que después se organiza en aquellas unidades y sistemas firmes, macroscópicos [que componen la sociedad]» (Simmel, 1986: 30).

Figura 1. Dibujo del interior de una taberna realizado por Manuel Muñoz Barberán*Figure 1. Drawing of the interior of a tavern made by Manuel Muñoz Barberán*

Fuente/source: Martínez y Barberán (1970).

Además de estas catorce estampas de las tabernas de la ciudad de Murcia, el libro recoge dos capítulos finales. Uno está dedicado al juego del truque que por aquel entonces era un juego popular y habitual, lo que permite una aproximación al uso lúdico de la taberna. Y el otro está dedicado a «Jumilla: donde el vino nace», lo que posibilita comprender la taberna como un nudo de la relación campo-ciudad, una articulación entre el espacio productivo del vino y el espacio de su consumo.

La obra está planteada desde una óptica romántico-costumbrista con la finalidad de dejar constancia, a modo de testimonio, del retrato de ese paisaje social que, tal y como se reitera una y otra vez, está en declive y proceso de desaparición. Esto les conduce a una toma de posición por la taberna como defensa de «nuestra tradición» frente a «una monstruosa falsificación de valores y costumbres foráneas que debilitan nuestras categorías». Pero ante todo el interés del libro y por lo que será objeto de análisis en este artículo es por su valor de testimonio.

El uso del testimonio literario-artístico como fuente válida de análisis sociológico e histórico se fundamenta en la constatación de que «el conocimiento del escritor» (Bouveresse, 2013) no se reduce a los criterios estéticos con los que ha producido la obra, sino que como expresa Fernando Álvarez-Uría en una obra dirigida a reivindicar la cooperación entre literatura y sociología, «todo buen novelista sabe de lo que habla pues cuenta en su haber con una sociología espontánea susceptible de ser enriquecida mediante redes de informantes, documentación histórica, trabajos de campo, capacidad imaginativa, sensibilidad ante lo real, experiencias, así como a través del conocimiento de estudios sociológicos y obras literarias» (Álvarez-Uría, 2020: 32). En una línea de razonamiento idéntica, Julia Varela y el mismo Álvarez-Uría reivindicarán el conocimiento de lo social aportado por la pintura (Varela y Álvarez Uría, 2008).

Efectivamente, en *Tabernas de Murcia*, «el conocimiento del escritor» (por parte del periodista García Martínez) combinado con «el conocimiento del artista» (del pintor Muñoz Barberán) ofrecen un documento etnográfico excelente a través del cual reconstruir el paisaje social etílico del mundo de las tabernas en un momento histórico, 1970, en que el proceso de modernización económica y social de la Región de Murcia, en España, con las consiguientes transformaciones estructurales de la geografía urbana y rural, así como los cambios en la relación campo-ciudad, conducirían a este paisaje social etílico a su crisis definitiva.²

El libro *Tabernas de Murcia* se sitúa en un punto de inflexión en el que, por un lado, se ofrece un registro de ese mundo tradicional y popular de la taberna y el vino y, por otro lado, se evidencia que, en las décadas de los 60 y 70, los cambios sociales en marcha o bien estaban conduciendo a la desaparición del universo tabernario o bien reclamaban una adaptación modernizante a los nuevos tiempos.

Resultados de investigación

Sociología del negocio tabernario: «Tuve hambre y me disteis de comer, tuve sed y me disteis de beber... por solo tres cochinos duros»

Tabernas de Murcia permite una aproximación a la historia de vida de las tabernas, a través de sus propietarios. Todos ellos son negocios familiares: «El negocio de taberna es familiar. No compliquemos la cuestión. Yo me lo guiso y el cliente se lo come. Punto y aparte. El problema no soporta otro enfoque» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 33).

Al frente del negocio está el cabeza de familia. De hecho, a la taberna se le conoce por el nombre del mismo. Pero lo habitual es que en el trabajo de la taberna se impliquen miembros de la familia (esposa, hijos, yerno...) y esta solidaridad primaria es fundamental para la permanencia del negocio. En *Tabernas de Murcia*, el escritor y el pintor siempre son recibidos por el propietario varón que está al frente del negocio. Cuando se rompe esta norma masculina es porque la esposa es la heredera. Es el caso de la taberna del Pequeño de Paco Teodoro, en la plaza de San Agustín, en la que la viuda es la propietaria desde «hace tres años» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 49). También en la taberna de Juan Rhin, en la Calle de la Princesa, «la señora viuda de Juan Rhin nos recibe con mucha amabilidad» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 121). Pero finalmente es Domingo España quien atiende la taberna por «derecho de herencia», pues está casado con una hija de la viuda, y es a quien finalmente entrevistan. En definitiva, la taberna es un universo fundamentalmente masculino, también por la clientela (como se aprecia en las ilustraciones de Muñoz Barberán, en las que no se avista ninguna mujer).

La mayor parte de estos establecimientos tienen su origen en las primeras décadas del siglo XX. Y con alguna excepción, todos los propietarios de las tabernas entrevistados vienen

2 Encontramos en el conocimiento de otro escritor, Petros Markáris, una aproximación literaria muy afín a la realizada en este artículo sobre la transformación de la geografía urbana de Atenas, a partir de los cambios que observa en las tabernas, el consumo de vino y el tipo de gastronomía (véase a Markaris, 2018).

de tradición vinatera (de venta de vino). Por ejemplo, en la taberna Pepico el del tío Ginés, en la calle de las Mulas, su propietario, José Pérez Peñalver, aprendió el oficio tabernario de su padre, quien regentaba una taberna en 1920. En 1935, él abrió su propia taberna que seguía abierta en el momento de ser entrevistado, en 1970, cuando «ya no despacha al público, pues de ello se encarga su sobrino, pero se ocupa del negocio como gerente único y responsable final» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 61).

La mayoría de las tabernas se inician como establecimientos de venta de vino que, al tiempo, se diversifican ofreciendo un espacio para el consumo de vino y la socialidad alrededor del *chateo* —el consumo «calmoso» de vino servido en un pequeño vaso «aunque grueso, debe ser de cristal muy blanco y muy limpio» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 132)—. Pero la actividad central es la venta a granel: «el vino no da dinero, si no se vende al por mayor» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 82), comenta el propietario de la taberna El Secretario. El *chato* de vino es muy barato (una peseta por chato) y no se considera rentable.

La taberna es una economía popular, de precios asequibles. Aun así, la mayoría de las tabernas evolucionaron ofertando también un importante surtido de tapas representativas de la gastronomía popular, aunque otras han persistido en la austereidad y únicamente sirven junto al *chato* de vino, unos *torraos* (frutos secos).

La antigüedad y la experiencia son un valor para el negocio tabernario, en tanto «soy vinatero desde que nací y quiero morir siendo vinatero» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 66). Pero a pesar de tratarse de tabernas ciertamente longevas, esto no quiere decir que no hayan experimentado a lo largo del tiempo trasformaciones de su mobiliario o de su estética. Por ejemplo, así se apunta sobre la taberna El Secretario: «A partir de 1960, fecha en que la típica taberna dio entrada, bien que, a regañadientes, a la cerveza, Flores López destruyó el mostrador de los manises y mandó hacer una barra, ni antigua ni moderna —a lo largo y no a lo ancho— a base de ladrillo rojo y madera» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 85).

Bebidas con identidad: «No es por presumir, pero el prestigio de esta casa se debe al vino»

El vino es la bebida que define a la taberna. La dota de una identidad diferenciada frente a los bares donde se sirve cerveza y las cafeterías donde se toma café, pues «esto no es una cervecería. Yo vendo vino. Me lo sirve Pedro Luis Martínez Seco. De quince a quince grados y medio», dice el propietario de la taberna Ricardo El Piruli.

Aunque, ciertamente, a la altura de 1970, muchos de los establecimientos que recorren los autores de *Tabernas de Murcia* habían introducido la cerveza a la búsqueda de cierta adaptación al gusto de los nuevos estilos de vida y consumo. Pero, aun así, se afirmaba con rotundidad que el vino seguía siendo lo que dotaba de identidad a la taberna, mientras «[en la taberna de Juan Rhin] la cerveza se coló por la puerta falsa —pues «hay que complacer a todos»— hace un par de años. Pero el establecimiento es eminentemente vinícola. El ochenta por ciento de la clientela, lo es de vino» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 123). Por su parte, «[la taberna de Luis] no es cosa de ponerle peros a la taberna por el hecho —bien que alarmante— de que se venda cerveza. Según explica don José López García, la

cerveza se implantó en el local cuando el género era una novedad en España. La decisión se tomó, más que para otra cosa, para presumir de establecimiento de categoría» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 72).

El espacio interior de la taberna está configurado por elementos claramente vinculados al almacenaje de vino —como barriles o garrafas— los cuales no solamente tienen una dimensión puramente funcional o instrumental sino que, sobre todo, tienen una dimensión simbólica pues dotan de significado e identidad a la taberna.

Si se recorren las ilustraciones de Muñoz Barberán en el libro *Tabernas de Murcia*, seguramente los elementos del decorado de la taberna que más se repiten en aquellos dibujos son los relacionados con el vino, como los barriles de roble alineados horizontalmente con su grifo preparado para llenar recipientes para su venta, los amontonamientos de garrafas, porrones y vasos para el *chateo* sobre una mesa o la barra en la que se apoyan los parroquianos mientras beben. El vino configura el orden espacial tabernario, tanto el físico como el simbólico:

[En la taberna de Pepico el del tío Ginés] se mantienen también, en el establecimiento de la calle de las Mulas, los enormes barriles numerados, el suelo de cemento basto, el serrín empapador de vinos derramados. (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 61)

[En la taberna de Juan Rhin] cuando ello ocurra [respecto a la demolición del edificio donde la taberna radica por aplicación de las normas urbanísticas] — dice Domingo España—no montaré un bar, sino que la taberna será todavía más taberna. Quiero sacar a la vista del público los barriles que hay en el almacén y seguir cobrando en plan económico. (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 124)

Además, no se sirve cualquier vino. Es un vino con una identidad específica, pues «se despacha solo “jumilla” de dieciséis grados», «corriente», «seco», «recio». En todas las tabernas de Murcia los propietarios entrevistados remiten a las mismas características sobre el vino que sirven. Se diferencian según la bodega que les suministra.

Aunque todas traen el vino de Jumilla, cada taberna remite para su suministro a una bodega particular que es elogiada por servir el mejor vino o el de mayor calidad. Así, por ejemplo, lo expresa el propietario de la taberna El Yerbero: «Buscamos siempre en Jumilla el mejor vino que haya. Antes nos lo servía el tío José Abarca. Ahora, su hijo, don Pedro el Marino. Máximo grado, en la mejor calidad. ¡Para que ni la propia Jumilla pueda vender mejor vino que el que tengamos aquí!» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 32).

El vino es, por tanto, una bebida con identidad —siempre de Jumilla— y la taberna tiene identidad en la medida que sirve o vende (buen) vino. A través del vino, la taberna se diferencia en el conjunto urbano como una especificidad. Estamos, en definitiva, en el juego de las diferenciaciones sociales que remiten al valor de la tradición, del arraigo, de lo que es de aquí frente a lo que es importado de fuera: «La del “Yerbero” es una de las pocas tabernas que todavía sobreviven en el mismísimo centro de la ciudad, contemplando sin aspavientos cómo nacen y se multiplican a su alrededor los bares americanos» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 29).

Junto al vino, la taberna también ofrece una variada oferta de *tapas*, en la que se encuentra un repertorio propio de la gastronomía popular y local: tortilla de habas, *mondongo*, atún de ijar con habas tiernas, *melsa* (bazo de ternera cortado a rodajas y al que se añade limón y pimienta), longanizas y morcón, tomates partidos con algo de aceite y sal, bacalao rebozado, callos a la murciana, «patatas al mazo», *michirones*, estornino frito o en escabeche...

Ciertamente, los asiduos a la taberna «bebén más que comen, en una tertulia, lo normal es medio litro por persona, asegura Pepico el del tío Ginés» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 66). Pero también es cierto que esta incorporación de la gastronomía más popular en la taberna se relaciona con dos tendencias sociales propias de los años 70. Por un lado, la expansión del turismo que potenciará la demanda de los platos regionales en España, reinventados en buena medida (Puyuelo et al., 2017: 246). Y, por otro lado, el hecho de que se pone de moda por parte de sectores ilustrados y burgueses el frecuentar fondas, tabernas, casas de comida y figones que tienen cocina casera (Puyuelo et al., 2017: 247).

Un espacio para la socialidad: «Bebamos, pues»

El carácter popular de la taberna es destacado en un conocido poema de Antonio Machado en el que contrasta la hipocresía de las élites y oligarquías frente a las clases populares y laboriosas. Así, la taberna no era lugar para «pedantones al paño / que miran, callan y piensan / que saben, porque no beben / el vino de las tabernas». Por contra, como apunta el mismo poeta:

Y en todas partes he visto
gentes que danzan o juegan,
cuando pueden, y laboran
sus cuatro palmos de tierra.

Nunca, si llegan a un sitio,
preguntan a dónde llegan.
Cuando caminan, cabalgan
a lomos de mula vieja,

y no conocen la prisa
ni aun en los días de fiesta.
Donde hay vino, beben vino;
donde no hay vino, agua fresca.

Son buenas gentes que viven,
laboran, pasan y sueñan,
y en un día como tantos,
descansan bajo la tierra. (Machado, 1903)

Tabernas de Murcia retrata una clientela tabernaria fundamentalmente urbana y diversa socialmente —además de las clases populares, se destaca tal o cual taberna por atraer a «pintores o escultores» o aquella otra en la que recalan estudiantes universitarios—. No obstante, a través de las vestimentas o gestos corporales recogidos por Muñoz Barberán en sus dibujos sobre el público tabernario reconocemos a las clases de origen huertano que también hacían uso de la misma, lo cual no es de extrañar dada la proximidad entre huerta-centro urbano que todavía en 1970 se podía encontrar en Murcia.

Podemos entender la taberna como un ritual de interacción para la socialidad. Reúne cada uno de los ingredientes que según Randall Collins definen a las situaciones ritualísticas: reunión colectiva y copresencia corporal, demarcación frente a otros, foco de atención coincidente y estado emocional compartido (Collins, 2009). Las ilustraciones de Muñoz Barberán del interior tabernario siempre recogen esa «danza» (que diría Jane Jacobs) desarrollada por los asiduos de la taberna formando pequeños círculos de conversación, bien de pie en torno a la barra, o bien sentados alrededor de la mesa. Es así como se desarrolla un sentimiento de pertenencia en torno a la conversación o «la tertulia» y en el que el vino es el objeto de atención compartido, a través del cual se adquiere una conciencia conjunta de su foco común.

La frase «bebamos, pues» fue recogida por García Martínez y Muñoz Barberán durante la conversación con el Tío Sentao, el propietario de la taberna del mismo nombre. Sintetiza la dinámica del ritual de interacción que tiene lugar en la taberna. Con la acción de «bebamos, pues» se inicia el ritual grupal de la conversación y, posteriormente, cuando tal vez la conversación decae o pierde animosidad, se volverá a reiterar a modo de recordatorio del estado emocional compartido que canaliza, en tanto «el Tío Sentao acerca su mano al vaso y dice, con cierta natural solemnidad: Bebamos, pues» (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 17).

Otro círculo espléndidamente retratado por las ilustraciones de Muñoz Barberán es el que se desarrolla con el juego de cartas del truque. Los dibujos muestran a parroquianos de la taberna sentados alrededor de una mesa con cartas en la mano. Es un juego de desarrollo complicado, exigente en concentración y muy propio de la taberna desde tiempos lejanos. Otra ilustración muestra la característica más específica del truque: la comunicación entre los jugadores mediante señas en forma de gestos corporales, movimientos de hombros o labios y guiños con los ojos con los que se anuncian si llevan tal o cual carta, sea cierto o falso. En el truque, la «danza» de la socialidad tabernaria se desenvuelve con movimientos más sutiles y «marrulleros»:

Las señas son: siete de espadas, alzar las cejas; siete de oros, guiñar un ojo; as de espadas, mover, por la derecha, la comisura de los labios; as de bastos, mover por la izquierda la antedicha comisura; cinco de espadas, alzar el hombro derecho; y cinco de oros, alzar el hombro izquierdo. El «perro» —caballo de bastos— y la «perra» —sota de oros— no tienen señas (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 159)

En 1970, esta socialidad específica de la taberna estaba en declive. Por un lado, por las nuevas formas de consumo y estilos de vida que ya no encajan en ese mundo tradicional de la taberna:

La taberna no se siente a gusto en los tiempos que corren. La taberna se lleva unos berrinches tremendos, cada vez que alguien, por la fuerza de la que ahora es costumbre, le pide un «whisky». Se han dado casos muy tristes, como el de solicitar del tabernero un «sándwich vegetal». Para una taberna honrada, esto es superior a sus fuerzas. (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 12).

Por otro lado, por la transformación urbana que en ese momento está experimentando la ciudad de Murcia:

Pero yo digo, con la mano en el corazón, que las tabernas desaparecen. Y que, si nos descuidamos, este libro se queda sólo en proyecto. ¿Qué otras señales de alerta serán más expresivas que las vislumbradas por uno mismo, cuando se decide a dar un garbeo por la geografía de las murcianas tabernas? La que fue, y aún suena de nombre, ya no está. La que uno creía sólo decadente, la cerraron. La que nos recomendó un amigo, ahora es bar o cafetería. Hasta los edificios faltan. Parece como si todas las tabernas hubiesen tenido la mala suerte de situarse a contrapelo de los planes de ordenación urbana. No siempre caen por ruinosas, sino porque, en los trabajos de los urbanistas, les corresponden ser gran avenida o zona verde. Ese es su destino fatal. (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 12)

La taberna como nudo de la figuración rural-urbano: «¿El vino? De Jumilla. ¿De dónde ha de ser?»

La taberna es un nudo de la red de interdependencias que vincula a la ciudad, como espacio de consumo, con el campo, como espacio de producción del vino. Como hemos visto, hablar de vino en Murcia es hablar del vino de Jumilla y, por tanto, de la variedad Monastrell. Desde mediados del siglo XIX, esta variedad protagoniza el desarrollo de la viticultura en el área de Jumilla. En esta comunidad productiva se forjará una estrecha vinculación identitaria entre el vino y el territorio, la cual posibilitará que, a partir de los años 70, con la inauguración del Museo del Vino en Jumilla, surja una estrategia de patrimonialización, sobre todo por parte de las bodegas más pudientes.³

La importancia de la taberna se relaciona con una etapa histórica de la producción vinícola jumillana, que abarcaría desde finales del siglo XIX hasta prácticamente finales de los 60 del siglo XX, caracterizada por la elaboración artesanal y un área de comercialización restringida al mercado local y nacional. La taberna es el canal comercial por el cual Jumilla suministró vino a la clientela urbana.

Este orden agrario tradicional, pero incipientemente comercial, se caracterizaba por una producción descentralizada, localizada en la explotación familiar agrícola y con unos procesos de trabajo muy artesanales. En un trabajo de campo que realizamos en Jumilla a mediados de los 90 recogimos el testimonio de un cooperativista agrícola (Pedreño, 2000) que describía ese orden tradicional:

Las bodegas artesanales eran de las fincas de más entidad. Eran patrimonio del agricultor más consolidado, de más hectáreas, una explotación que constaba de corral, casa y bodega, y ahí ya tenía un pequeño o mediano rebaño, y luego

3 Para una detallada aproximación histórica al desarrollo de la patrimonialización en toda el área geográfica de la Monastrell (el cual comprende, además de Jumilla, otros territorios murcianos como Yecla o Bullas e incluso comarcas de Valencia y Castilla La Mancha), véase el artículo de Medina-Albadalejo et al. (2013).

la bodega que terminaba teniendo elaboración de vino para el autoconsumo y venta, y por supuesto tomar algunos beneficios de esa venta, de la producción propia. No obstante, eran bodegas de pequeñas dimensiones, en las que podía haber como mucho diez-doce mil litros, pero las que más cinco-seis mil litros, y aquello era una fortuna y una inmensidad en aquella época, porque eran cinco-siete carros de vino y era una auténtica barbaridad, entre comillas. Pero la explotación no daba para más, eran algunos toneles, depositados en el suelo, un lagar de pisar el vino con las esparteñas, a pie, y una pequeña prensa manual los que llegaban a más, y ahí se acaba la industrial. (Entrevista Cooperativa Vino de Jumilla, en Pedreño, 2000: 118).

A partir de los 20 y 30, estos pequeños agricultores con bodegas artesanales, cuya producción se destinaba en parte para el autoconsumo y en parte para el mercado, empezaron a asociarse en cooperativas para poder competir con las bodegas y fincas de mayor capitalización y, de esta forma, concentrar producciones en bodegas propias y acceder a mayores cuotas de comercialización. La cooperativa que entrevistamos en nuestra investigación se constituyó en 1934. Este tipo de iniciativas asociativas fue muy importante para el salto de los pequeños productores vinícolas a la agricultura comercial: «las empezaron quienes por sí solos no podían tener bodega propia» (entrevista a cooperativista Jumilla, en Pedreño, 2000: 118).

En esta primera agricultura comercial del vino de Jumilla, se establece el vínculo entre las bodegas y las tabernas. Quizás sería más preciso definir este vínculo como simbiosis taberna-bodega. Pues, efectivamente, se trata de dos entidades diferenciadas, con lógicas propias de funcionamiento, que se benefician mutuamente a través de la comercialización del vino. En el libro *Tabernas de Murcia*, sus autores cierran el recorrido por las tabernas del centro urbano remontándose al lugar en el que se origina el vino: «Jumilla, donde el vino nace» será el título del capítulo final con el que significativamente cierran su retrato del paisaje tabernario. Es aquí donde comprendemos que la taberna forma parte de una figuración rural-urbana, en el sentido que Norbert Elías le da a ese concepto como plasmación de unas determinadas relaciones de interdependencia. Así, los autores de *Tabernas de Murcia* dan cuenta de esta vinculación entre la taberna y la bodega de Jumilla:

Le cabe a Jumilla el honor —creo que en exclusiva— de amamantar, con el caldo tibio de sus cepas «monastrell», a las tabernas que han sido, son y, a lo mejor, serán. La Meca de las tabernas es Jumilla, adonde, periódicamente, peregrinan los cachazudos hombres que comercian con el vino, los cuales, por costumbre y necesidad, paran en ventas y ventorrillos, en busca del buen arroz que les amenice las incomodidades del viaje (García Martínez y Muñoz Barberán, 1970: 167)

Cuando García Martínez y Muñoz Barberán editan *Tabernas de Murcia*, este orden productivo, con su particular figuración campo-ciudad, estaba a punto de iniciar su gran transformación. La reconversión vinícola que va a hacer del vino de Jumilla, a partir de la década de los 90, un producto más sofisticado y destinado a mercados más amplios. Las investigaciones disponibles sintetizan esta nueva economía del vino en los siguientes elementos:

El crecimiento del comercio internacional de vinos; los cambios en los patrones de consumo, con el aumento de la preferencia por vinos de mayor precio y jóvenes diferenciables, a costa del consumo de vinos comunes tradicionales; las transformaciones en la distribución, con un papel cada vez más relevante de los hipermercados y los supermercados, que se suman a las tiendas especializadas; el surgimiento de grandes empresas multinacionales y multisectoriales y, en paralelo, el aumento del número de grandes empresas nacionales; y la creciente importancia de los denominados «nuevos países productores» en este comercio global. (Gadea et al., 2018: 66-67)

También la crisis de la taberna tiene una estrecha relación con estas transformaciones, dado que pierde relevancia la simbiosis bodega-taberna.

Discusión de resultados

Los resultados de la investigación aquí presentada ofrecen un retrato de las tabernas como un mundo tradicional en proceso de desaparición. En 1970, García Martínez y Muñoz Barberán catalogaron catorce en su libro. Hoy apenas sobreviven dos o tres. El vecindario popular fue desplazado del centro urbano y con ello se extinguió toda una forma de vida plebeya (como las tabernas). En su lugar, la centralidad urbana fue ocupada por edificios de oficinas, espacios comerciales y viviendas de rentas medias y altas. Este proceso supuso también una gentrificación de los establecimientos gastronómicos por desplazamiento de las tabernas populares, con precios de la bebida y la comida económicos, y su sustitución por establecimientos para estratos sociales más altos, según un proceso de «elitización» de la comida y de la bebida (Kern, 2022).

Se preguntaba recientemente el documentalista cartagenero Luis Pérez Adán en un artículo de prensa sobre las razones por las que han desaparecido las formas de vida «castizas» de nuestras ciudades —él se refiere a Cartagena, pero podríamos extender su pregunta al resto de las ciudades de la Región de Murcia— (Pérez, 2024). Su argumentación es una llamada a la patrimonialización de las formas de vida propias del lugar, aprovechando la creciente atracción turística.

Ciertamente, en otras ciudades encontramos que la patrimonialización de las tabernas ha posibilitado su adaptación a los cambios históricos a través, precisamente, de su resignificación para atraer la experiencia turística (Zúñiga et al., 2024). Esta estrategia ha resultado exitosa en aquellas ciudades que han hecho esta apuesta. Por ejemplo, en el libro *Tabernas del Casco Histórico de Córdoba*, Manuel María López Alejandre ha censado, investigado y contado con detalle hasta 116 tabernas en 12 barrios de la ciudad (López, 2021). A propósito de este libro, el periodista Antonio Hernández-Rodicio escribe que «Córdoba colecciona establecimientos únicos, centenarios y modernos, pero todas con alma y vino» (Hernández-Rodicio, 2022).

En efecto, la patrimonialización de las tabernas parece haber sido plausible allí donde la «renovación urbana» no destruyó los vecindarios populares. Murcia, en ese sentido, representaría justo lo inverso de Córdoba.

En el interior de las tabernas, como se ha mostrado en este artículo, también se expresó «la forma artística de la ciudad» que defendió Jane Jacobs en su controversia con el Movimiento Moderno arquitectónico. Si las tabernas han sobrevivido en las ciudades que han sabido desarrollar estrategias de patrimonialización es porque, como constató Marshall Berman en su lectura de Jane Jacobs, «en nuestra vida urbana, por el bien de lo moderno debemos conservar lo antiguo y oponernos a lo nuevo» (Berman, 1991: 334).

De hecho, aunque son muy pocas las tabernas supervivientes en Murcia, es indudable que, gracias a este mundo social pretérito, hoy disponemos de un importante patrimonio gastronómico que debe mucho a aquella actividad de mantenimiento de las recetas populares que se dio en los establecimientos tabernarios. Ahora bien, también podemos preguntarnos si no se trata de un fenómeno de apropiación cultural del patrimonio gastronómico para su elitización, propio de las dinámicas de gentrificación urbana (Kern, 2022).

La patrimonialización no implica una reproducción de lo antiguo, más bien se trata de una reinvenCIÓN modernizante de la taberna. Podemos observar muchos cambios en el paisaje social de «las nuevas tabernas» que apuntan a una lógica de gentrificación: los elementos de la tradicional taberna (el tonel de vino o el mobiliario) dejan de ser funcionales para devenir en un elemento más de la estética posmoderna tabernaria; se produce una desplebeyización de la clientela tabernaria con la incorporación de los gustos y consumos de las nuevas clases medias urbanas y, finalmente, el vino «a granel», propio de una economía vinícola que atendía a un mercado local de proximidad, se sustituye por las marcas de distinción que las nuevas técnicas de producción vinícola generan en su búsqueda de inserción en mercados globales. Todo ello ha posibilitado su incorporación a la dinámica contemporánea de turistificación urbana.

Conclusiones

Según se ha mostrado en este artículo, la taberna es un paisaje social etílico definido por su inserción en los vecindarios urbanos populares basándose en entramados familiares de negocio y comunitarios, dentro de una particular figuración entre el espacio urbano y el territorio de producción vinícola próximo, con una identidad diferenciadora del resto de establecimientos hoteleros gracias a su estrecha vinculación con el comercio y suministro de vino y en el que se desarrolla una densa y diversa socialidad en torno a la conversación y el juego.

A partir de los años 70, el universo tabernario entraba en fase de declive, dentro de la dinámica de reestructuración urbana y los cambios en los territorios rurales de la producción vinícola. También, en el análisis se han divisado otros cambios como la mayor individualización social que dificulta la pervivencia de las estrategias de vida económica sostenidas sobre la solidaridad familiar, así como los nuevos estilos de vida y consumo alejados de los modos tradicionales de la taberna.

Estas conclusiones son necesariamente provisionales, pues están realizadas a partir del testimonio literario-artístico aportado por la publicación *Tabernas de Murcia* de José García Martínez y Manuel Muñoz Barberán. Al estar centrado en un único testimonio, el análisis presenta esa limitación. Serán necesarias nuevas investigaciones que a partir de la historia

oral y las transformaciones cotidianas de la vida urbana amplíen y/o cuestionen las conclusiones aquí ofrecidas.

Por otro lado, la patrimonialización se ha presentado como una estrategia exitosa en algunas ciudades en las que las tabernas han sobrevivido a los cambios de época y han podido reinventarse. Pero se trata ya de otro paisaje social etílico cada vez más vinculado a las dinámicas de turistificación y gentrificación de la ciudad postmoderna. También este cambio estructural en marcha requiere de nuevas investigaciones que den cuenta de las nuevas significaciones sociales de la taberna.

Declaración de autoría

Andrés Pedreño Cánovas: Conceptualización, curación de datos, análisis formal, captación de fondos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, software, supervisión, validación, visualización, redacción – borrador original y redacción – revisión y edición.

Referencias

- Álvarez-Uría, F. (2020). *Sociología y literatura: Dos observatorios de la vida social*. Morata.
- Berman, M. (1991). *Todo lo sólido se desvanece en el aire: La experiencia de la modernidad*. Siglo XXI.
- Bouveresse, J. (2013). *El conocimiento del escritor*. Ediciones del Subsuelo.
- Collins, R. (2009). *Cadenas de rituales de interacción*. Anthropos.
- Duhart, F. (2019). Bebidas con identidad: Elementos para una antropología del beber. *Revista Analíticos*, 1, 31-47.
- Gadea, E., Brignardello, M. y Torres, F. (2018). La calidad en los procesos de reestructuración vitivinícola: Un análisis comparativo de dos territorios en España y Argentina. *AGER Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 24, 63-93.
DOI [10.4422/ager.2018.04](https://doi.org/10.4422/ager.2018.04)
- García Martínez, J. y Muñoz Barberán, M. (1970). *Tabernas de Murcia*. Feria Internacional de la Conserva y Alimentación.
- Hernández-Rodicio, A. (17 de junio de 2022). *Córdoba, donde la taberna se hace memoria*. Gastro. https://www.telescopio.es/gastronomia/20220617/cordoba-donde-taberna-se-hace-memoria_18_06771042.html
- Jacobs, J. (2011). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Capitán Swing.
- Kern, L. (2022). *La gentrificación es inevitable y otras mentiras*. Bellaterra.

López Alejandre, M.M. (2021). *Las tabernas del casco histórico de Córdoba: Historia de la Federación de Peñas Cordobesas*. Diputación Provincial de Córdoba.

Machado, A. (1903). *Soledades*. Imprenta de A. Álvarez.

Markaris, P. (2018). *Próxima estación, Atenas*. Tusquets.

Medina-Albadalejo, F., Martínez-Carrión, J.M. y Ramón-Muñoz, J.M. (2013). The promotion of wine and vine heritage in the Monastrell landscape. En S. Celestino Pérez, S. y J. Blánquez (Eds.), *Patrimonio cultural de la vid y el vino* (pp. 291-301). Universidad Autónoma de Madrid.

Pedreño, A. (2000). *Ruralidad globalizada*. Diego Martín.

Pérez Adán, L.M. (14 de diciembre de 2024). *¿Por qué se muere la Cartagena castiza?* La Verdad. <https://www.laverdad.es/murcia/cartagena/fotohistorias/muere-cartagena-castiza-20241214213404-nt.html>

Puyuelo, J.M., Montañés, V., Garmendia, J.M. y Sanagustín, M.V. (2017). *Introducción a la historia de los bares y restaurantes: Principales hitos bajo una perspectiva gastronómica*. Cofradía Vasca de Gastronomía.

Simmel, G. (1986). *Sociología, 1: Estudios sobre las formas de socialización*. Alianza Universidad.

Varela, J. y Álvarez-Uría, F. (2008). *Materiales de sociología del arte*. Siglo XXI.

Zúñiga, F.G., Vázquez-Medina, J.A. y Medina, F.X. (2024). Introducción patrimonialización de la alimentación, políticas públicas y turismo en contextos locales y globales. En F.G. Zúñiga, J.A. Vázquez-Medina y F.X. Medina (Eds.), *Patrimonio alimentario, turismo y políticas públicas: Etnografías entre lo local y lo global* (pp. 9-34). Secretaría de Cultura e Instituto Nacional de Antropología e Historia.