vinetur

El bar entra en parada cardíaca

España ha perdido 30.000 bares desde 2010 y el cambio está en los jóvenes

miércoles 8 de julio de 2026

ESCRITO POR JAVIER CAMPO



Pip... pip... pip...

—¡No tiene pulso! ¡Lo estamos perdiendo!

—Iniciando RCP. ¡Experiencia intravenosa, ahora!

—¡Cargando desfibrilador de pincho de tortilla! ¡Trescientos... aparta, todos fuera!

—¡Caña de cerveza aplicada! ¡Comprobad el ritmo!

—¡Vamos, vuelve con nosotros! ¡No te rindas!

—¡Espera... tengo pulso! ¡Tenemos pulso! ¡Hemos salvado al Bar!

Lamentablemente, cada año cierran miles de bares en España. Ya hay treinta mil menos que en 2010. Y no es solo la crisis, ni el alquiler, ni la falta de camareros. Es algo más incómodo de admitir: a los jóvenes ya no les apetece ir.

No es que no salgan. Salen más que nunca. Pero el bar de barrio, el de los palillos planos y las servilletas en el suelo, el que llevaba tu abuelo, les da directamente pereza. Lo dicen ellos mismos: "yo no voy a bares de toda la vida". Prefieren sitios instagrameables... Cadenas tematizadas... Locales "super cool" que estén en su prime... Cocina de fusión... Como voy a pedir boquerones en vinagre o un pincho de chistorra con el cringe que da eso...

Esta es una de las claves que a nuestro sector, el del vino, le cuesta digerir: el problema muchas veces no es el alcohol. Es la puesta en escena. De la copa como estatus a la copa como parte del decorado. Durante décadas, el vino funcionó como símbolo de ascenso social. Saber pedir vino, distinguir un Ribera de un Priorat, tener cierta cultura enológica te colocaba en un escalafón social. Era capital social líquido, y nunca mejor dicho.

Esa moneda ya no cotiza igual. La generación que hoy tiene veinte o treinta años no necesita una copa de vino para demostrar nada, porque ha cambiado el escaparate. Ahora el estatus se demuestra con una story. El sitio raro, la experiencia inmersiva, el cóctel con humo que se puede grabar en vertical. Y aquí viene lo que más nos debería doler a los que llevamos treinta años defendiendo la sala: los estudios lo confirman. Cuando estos mismos jóvenes van a un bar "normal", casi nunca publican dónde están. Como mucho, suben la comida o la compañía. Pero cuando van a un local tematizado, hacen ellos mismos la publicidad, enseñando cada rincón.

El vino, la coctelería, el propio bar, se han convertido en decorado. Lo que se consume ya no es la bebida. Es el contenido que la bebida permite generar. Ojo, porque no todo es ruinoso. Un estudio reciente de NielsenIQ desmonta parcialmente el discurso apocalíptico: el 79% de la Generación Z sigue yendo semanalmente a bares y restaurantes, un porcentaje incluso superior a la media general. El mito de que los jóvenes ya no salen es, en parte, nostalgia mal entendida. Como bien apunta una socióloga consultada por Xataka, tendemos a construir un álbum mental de discotecas abarrotadas del pasado que distorsiona lo que realmente está pasando: el ocio juvenil no ha desaparecido, se ha reconfigurado.

Lo que sí cambia es el cómo. Beben menos cerveza, menos vino y más cócteles y espirituosos. Casi uno de cada cinco reduce el consumo por salud, y otro tanto por ahorro. Y casi cuatro de cada diez camareros ya ven en las propuestas sin alcohol una de las tendencias que más va a crecer.

Lo que de verdad se está muriendo es el local en si mismo. No se muere el consumo. Se muere el ritual sin propósito. El "vamos a tomar algo" sin motivo que sostenía al bar de barrio durante generaciones. Esa generación quiere que cada salida tenga un porqué: una temática, una narrativa, algo que justifique el gasto y, sobre todo, algo que merezca la pena enseñar.

Y aquí es donde el sector del vino tiene una decisión que tomar, y rápido. Podemos seguir vendiendo la copa como símbolo de sofisticación heredada del siglo pasado, apelando a una autoridad que cada vez le importa menos a nadie. O podemos entender que el vino, para sobrevivir en el imaginario de quien hoy tiene veinte años, necesita convertirse en experiencia narrable. No basta con que esté bueno. Debe tener una historia que se pueda contar en quince segundos de vídeo.

El bar de toda la vida no desaparece porque haya menos gente bebiendo. Desaparece porque dejó de tener algo que merezca la pena mostrar. Y en esa lección hay más aviso para el mundo del vino que para el de la hostelería tradicional. Y los que somos más "mayores" usemos las redes sociales y viralicemos, una tapa de callos, un huevo relleno, unos cacahuetes con cascara y sal, y la cara sonriente de ese grupo de amigos que se encuentran en el bar de la esquina de toda la vida, sin haber quedado, sin llamarse y sin buscar reseñas en Google.