

El viernes las redes sociales hervían con comentarios de todo tipo, menos elogiosos, tras hacerse público el fichaje de **Rodrigo Rato**, expresidente de Bankia, exdirector gerente del Fondo Monetario Internacional y exvicepresidente del Gobierno de **José María Aznar**, como asesor de Telefónica en Latinoamérica y Europa. Hacía dos semanas que había declarado en la Audiencia Nacional como imputado por su responsabilidad en el hundimiento de Bankia. Es cierto que nadie le ha declarado culpable, que incluso es posible que su paso por los tribunales acabe en nada porque triunfe su versión de que las pérdidas del banco no son resultado de una acción punible, sino consecuencia de la aplicación de un sistema contable distinto al que él aplicó mientras lo dirigía.

Contrapunto

SALVADOR
Sabrià



El imperio de los sinsentidos

Pero, sea cual sea el resultado final de este proceso, no parece muy acertado situar a esta persona tan cuestionada en el momento actual en una posición que puede marcar la imagen de una empresa, aunque sea una compañía que se privatizó totalmente cuando él era ministro.

El economista **Antón Costas** advertía, en un artículo brillante, que cada vez hay más distancia entre las élites políticas y económicas y la mayoría de la población, lo que les induce a adoptar, sin problemas, medidas impopulares con efectos muy duros. Y ello puede llegar a provocar que en un momento determinado se produzca un estallido de malestar social de consecuencias inesperadas. Las redes sociales se han convertido en un canalizador de este cabreo popular. Las grandes corporaciones deberían te-

Las corporaciones deberían tener más en cuenta el creciente malestar social

nerlas más en cuenta. Sobre todo porque la base de su negocio son una multitud de clientes y no la casta dirigente.

El premio Nobel **Joseph E. Stiglitz**, que con su último libro, *El precio de la desigualdad*, ha popularizado el lema «el 1% de la población tiene lo que el 99% necesita», reclama una serie de reformas democráticas para reducir estas diferencias, con un argumento tan obvio como contundente: «Los integrantes del 99% podrían darse cuenta de que han sido engañados por el

1%: lo que conviene al 1% no es lo que les conviene a ellos».

Hay entidades financieras en las que posiblemente algunos de sus dirigentes tienen, ellos o sus empresas, muchos más créditos y préstamos pendientes que depósitos o acciones de las mismas. Y sin embargo las dirigen con actuaciones que pueden estar perjudicando a la mayoría silenciosa que tiene depositados sus ahorros en la misma firma. El día que los millones de clientes se den cuenta de la fuerza que tiene un simple gesto de todos a la vez pueden cambiar muchas cosas. Y este punto puede estar más cerca de lo que parece, sobre todo si se continúan adoptando medidas que, por muy lícitas que sean, consolidan el Estado del malestar. ≡

@SalvadorSabria

HISTORIAS MÍNIMAS

Las raíces y las alas

La firma **Raventós i Blanc** impulsa la denominación **Conca del Riu Anoia**

JOSEP-MARIA URETA
SANT SADURNÍ D'ANOIA

«El próximo día 7 de noviembre, **Raventós i Blanc** comunicará al Consejo Regulador del Cava su salida de la DO [denominación de origen]». Con este encabezamiento, Josep (Pepe) Raventós Vidal, director general de Raventós i Blanc (RiB), difundía hace dos meses una extensa nota justificativa de una decisión que, aunque pasó casi desapercibida fuera del sector, es un indicio serio de que algo se mueve en el mundo de la DO del cava.

No es el descorche sonoro que sigue a una agitación forzada. Al contrario. La decisión de los Raventós (Pepe es hijo de Manel Raventós Negra y nieto de Josep Maria Raventós Blanc, fundador de la bodega) responde a un

El objetivo es el reconocimiento del exigente mercado de vinos de Nueva York

proceso de reflexión que ha seguido la norma de la casa: largo reposo en bodega, en este caso la de las ideas innovadoras.

Vinos espumosos

La solicitud de desclasificación de los vinos espumosos de RiB tiene una sola consecuencia práctica: en las etiquetas ya no pone cava. Siguen siendo espumosos elaborados en la finca secular (finales del siglo XV, según documentos) del Penedès, solo que a partir de ahora quiere cambiar de denominación y ha iniciado los trámites ante la Generalitat. ¿Cómo se llamará la nueva DO? Está por ver, aunque

bien podría ser *conca*, como se puede deducir de la expresión *Conca del Riu Anoia* que se pretende recuperar. En el corazón del Penedès tradicional, pero lo que en francés se denomina un *terroir*, una fracción de un territorio más amplio, con su característica geológica (y edafológica) y climática bien descrita.

«El cava ha tenido un recorrido extraordinario y puede seguir así, pero es crecer en volumen siguiendo un mismo método de elaboración sin límite geográfico, y nosotros queremos seguir una ruta distinta, basada en la DO», explica Josep Raventós (Barcelona, 1974), continuador número 21 de la línea de los *hereu* Raventós. Las otras cinco ramas de la familia son los titulares de Codorníu y Raimat, entre otros.

Pepe es poco de despachos. Prefiere los encuentros en la misma finca creada por su abuelo Josep Maria, el que en los años 70 del siglo pasado impulsó la denominación cava y ganó la batalla del reconocimiento de la CEE antes del ingreso español en 1985. Entre viñedos es donde se puede ver al responsable de RiB paseando entre un par de burras que hacen, también, una función tradicional de mantenimiento natural. Es el otro método tradicional por el que aboga Pepe: un buen *coupage* de conocimiento del suelo (con aportación de Olivier Trégoat y el catedrático Lluís Cabrera), las variedades solo autóctonas (macabeu, xarel.lo y parellada; además de monistrell para rosados), la climatología y la ac-



Josep Raventós

► Director general de Raventós i Blanc

Es el 'hereu' número 21 de la saga de viticultores iniciada a finales del siglo XV en el Penedès. Ahora afronta una nueva experiencia fuera de la denominación de origen del cava y con espumosos de muy alta calidad.

ción humana. «Queremos recuperar el concepto de granja *penedenc*», con su viña y bosque, ovejas y corral, olivos, almendros, robles y encinas.

Tampoco es ecologismo. Ni marketing. Pepe lo sintetiza como «**raíces y alas**», la conocida expresión del activista negro del siglo pasado Hodding Carter, combinar el sentido de pertenencia con la ambición.

Raíces de Raventós XXI: licenciatura en Esade, estudios de posgrado de enología y de cata en Madrid y Barcelona y mucha participación en vendimias de Francia, Alemania o Austria. Las alas, batiendo en Nueva York desde hace más de un año, con su mujer Susana Portabella y sus cuatro hijos de 8 a tres años (el menor es Manuel Raventós XXII). Allí el matrimonio recorre restaurantes y tiendas especializadas. «Es en Nueva York donde se puntúan los vinos

de todo el mundo», asegura rotundo. Y el único lamento: «En Catalunya aún no hemos creído en el potencial de nuestros vinos», dice. Puestos a poner precio a su objetivo, sería vender el *conca* Raventós i Blanc a 30 o 40 dólares la botella.

Tan convencido está de conseguirlo, que en una entrevista publicada en el *New York Times* le preguntaron a Pepe por qué no empezar por París y Londres y la respuesta fue directa: «No estamos hablando de vacaciones».

¿Cuántos elaboradores del actual cava seguirán a RiB? ¿Tardará mucho en delimitarse la nueva DO, con todas sus consecuencias? Son respuestas que Pepe guarda depositadas en los pupitres para ir dando un cuarto de vuelta, a mano, cuando llegue el momento oportuno. Su método tradicional. ≡

NÚRIA PUENTES