

A Ralph Nader y a sus colaboradores, los famosos «Nader's Raiders», se les acusa de muchas cosas, pero nadie podrá achacarles el haber remitido en su lucha.

En julio del año pasado hablé con un amigo mío que está escribiendo un libro sobre Nader (actualmente se están escribiendo dos libros más en torno a este personaje), el cual me confesó que le resultaba muy difícil estar al día en todo lo referente al tema en cuestión. Acababa de acompañar a Nader en una de sus jiras por los Estados Unidos —jira dedicada a pronunciar conferencias, a constituir nuevos grupos de investigación, a recaudar fondos— y estaba agotado. Le costaba mucho trabajo pasar revista a todos los recortes de prensa que recibía diariamente, pero es que además había que examinar todo lo publicado por la propia organización de Nader. «Imposible leerlo todo —me dijo—. Es horrible».

En el momento en que yo hablé con él, mi amigo estaba estudiando un documento de 1.148 páginas en torno a la tendencia a la monopolización de los negocios americanos y al modo en que el Gobierno federal hacía cumplir las leyes antitrusts. Desde entonces han aparecido tres nuevos informes, que mi amigo tendrá igualmente que examinar: un documento sobre la propiedad de la tierra y la explotación de los recursos en California; otros, sobre el First National City Bank de Nueva York, y uno dedicado a los coches fabricados por la Volkswagen.

También habrá tenido que leer los artículos que Nader publica periódicamente en la prensa del país; por ejemplo, el que apareció en la revista *Life*, y en el que Nader decía cosas como ésta: «Si es antipatriótico arrancar una bandera, que no es más que el símbolo del país, ¿por qué no lo es también, y más, profanar al propio país, contaminar y devastar su aire, su tierra y sus aguas?», o ese otro, publicado en la *New York Review of Books*, en el que se quejaba (entre otras cosas) de la falta de competencia en el supuesto sistema de libre empresa.

Naturalmente, mi amigo está familiarizado con otros informes anteriores de Nader, algunos de los cuales han sido publicados en ediciones de bolsillo y se están vendiendo bastante bien. Los informes se ocupan de los siguientes temas: la contaminación atmosférica, la Federal Trade Commission, la calidad de los productos alimenticios en Norteamérica, los desinfectantes, el Departamento de Agricultura, los coches de segunda mano, la autorregulación de la profesión médica, la Comisión de Comercio Interestatal y los asilos de ancianos.

Pronto saldrán a la luz pública nuevos documentos de la organiza-

ción Nader, que mi amigo tendrá que leer también: estos documentos versarán sobre la gigantesca compañía Du Pont, los supermercados, el mercado de los alimentos infantiles, la utilización y venta para fines médicos de la sangre humana, la American Automobile Association, la Comsat (Corporación de Satélites de Comunicaciones), etcétera.

Y la avalancha promete continuar. Uno de sus ayudantes me dijo pensativo: «Hay que ocuparse del Pentágono». «Por favor —me pidieron algunos neoyorquinos—, si es que le ve, dígame que investigue sobre las compañías de seguros».

Después de años de escasez económica, Nader dispone ahora de dinero suficiente para proseguir con tenacidad sus investigaciones. Aparte de los ingresos que le reportan sus conferencias (unos 100.000 dólares anuales) y sus artículos periódicos,

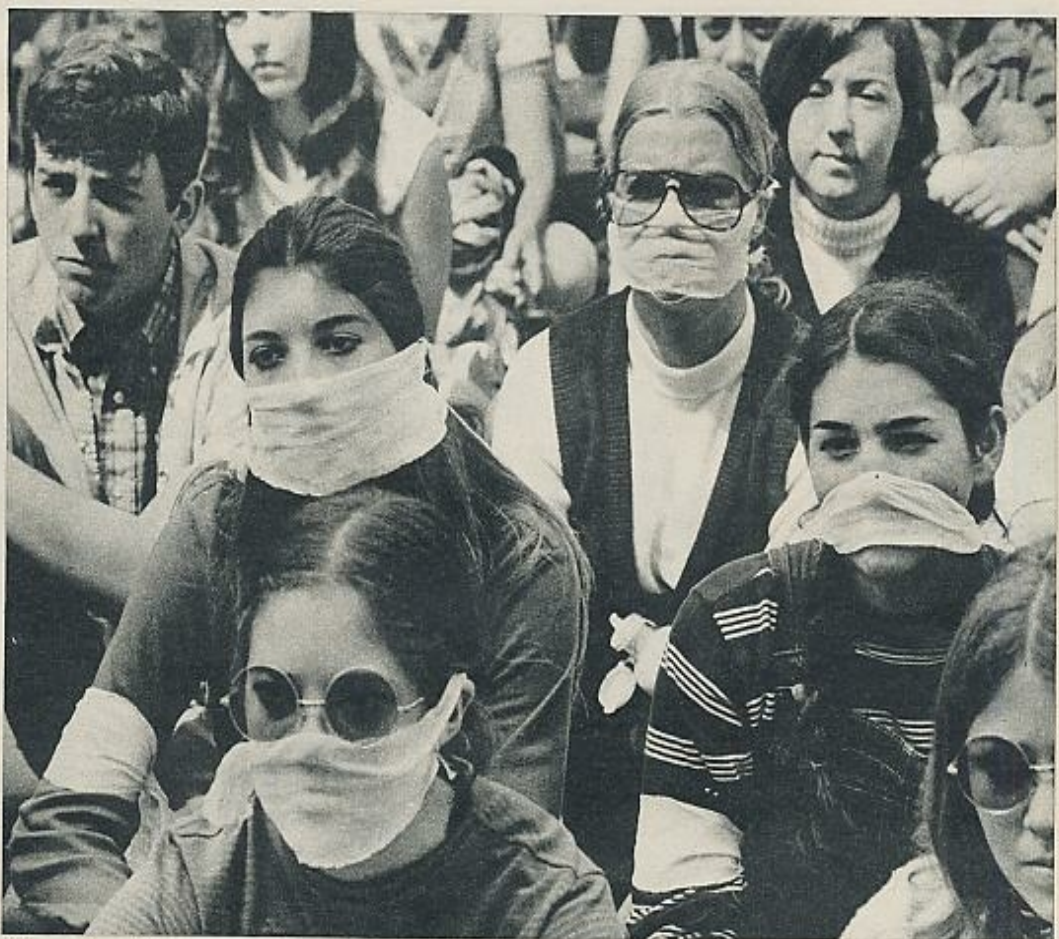
y de la pequeña fortuna que consiguió al ganar el pleito contra la General Motors, Nader goza del apoyo de algunos particulares y de ciertas fundaciones. Además, sus ingresos en concepto de derechos de autor deben de ser también importantes —en 1970 se habían vendido ya más de 450.000 ejemplares de sus cuatro primeros informes—. Por otro lado, se dedica a recaudar fondos entre los estudiantes y los ciudadanos del país (recientemente publicó un anuncio a toda plana en el *New York Times* en el que instaba a los lectores a convertirse en ciudadanos públicos enviándole quince dólares cada uno).

Hay muchos jóvenes graduados dispuestos además a trabajar con él; Nader aprovecha este entusiasmo para establecer nuevos grupos de consumidores a lo largo y ancho del país, especialmente en las Uni-

versidades. El profesor John A. Spanogle, de treinta y seis años, catedrático de Derecho en la Universidad de Maine, que ha colaborado todo un año con Nader en la cuestión de hipotecas y de fraudes crediticios, me dijo que había encontrado entre los estudiantes «una nueva mística». «La generación anterior se dedicaba a tirar piedras, lo cual no servía absolutamente de nada. Pero ahora son muchos los estudiantes que piensan que para cambiar la sociedad hay que utilizar las armas que proporciona el Derecho».

Nader comenzó a granjearse discípulos hace tres años: en 1968 llegaron a Washington, procedentes de las Universidades de Harvard, Yale y Princeton, siete voluntarios, a los que la prensa conocería más tarde por el nombre de «Nader's Raiders». Algunos de estos discípulos acababan de asistir a un seminario de

LOS 'NADER'S RAIDERS'



«Si es antipatriótico arrancar una bandera, que no es más que el símbolo del país, ¿por qué no lo es también, y más, profanar el propio país, contaminar y devastar su aire, su tierra y sus aguas?». (Ralph Nader.)



Uno de los campos de batalla elegido por Nader es el de la industria del automóvil, a la que acusa de no preocuparse de la seguridad del usuario.

Nader. Eran todos ellos hijos de familias conservadoras. Uno era bisnieto del Presidente Taft. Otro, Edward Cox, actualmente esposo de Tricia Nixon.

Aquel verano de 1968, Cox y otros tres colaboradores más de Nader investigaron sobre la Federal Trade Commission, una importante agencia reguladora, con un equipo de cuatrocientos cincuenta abogados supuestamente dedicados a la protección del consumidor. La gente de Nader llegó a la conclusión, fundamentada en una serie de datos fehacientes, de que la comisión no funcionaba como era debido por culpa del «alcoholismo, la desgana, las ausencias injustificadas, la incompetencia casi absoluta y la falta de dedicación a la misión reguladora» patentes entre sus miembros. Los estudiantes redactaron el pertinente informe y el presidente de la comisión protestó airadamente («Es una diatriba histórica... resulta procaz... y arrogante esa pretensión de que yo dimita»), pero los muros de Jericó terminaron desplomándose. La Federal Trade Commission cambió de personal directivo.

Animados por tan rutilante éxito, llegaron a la capital del país otros «Raiders». En 1970 trabajaron con Nader 200 personas. En 1971, éste redujo a 70 el número de colaboradores parciales, aunque al mismo tiempo incrementó el de colaboradores a «full time», la mayoría de los cuales son graduados de veintitantos años.

Pregunté a Nader que cómo los escogía entre tantos jóvenes como se presentaban. «Han de reunir ciertas cualidades. Primero, tener fi-

bra. En segundo lugar, una capacidad analítica bastante desarrollada. Tercero, ser altruistas. Cuarto, saber calibrar la información que consiguen. Quinto, subordinar su vida privada a la profesional. Además, ser capaces de constante renovación, para no consumirse. También les pregunto que cómo reaccionan ante la adversidad, ¿se desesperan o, por el contrario, se creen? Además han de ser sensibles a los problemas de los demás. Y no ha de importarles el tener que trabajar por sueldos relativamente bajos.

«Cuando me viene un nuevo grupo de aspirantes, yo comienzo preguntándoles: «¿A quién le gustaría trabajar aquí por quince mil dólares anuales?». Todo el mundo levanta entonces la mano. «¿Y por catorce mil dólares?». Ya son menos los que alzan sus manos. «¿Y por trece mil?». Menos aún. Así dejamos fuera a todos aquellos que aspiraban a tener chalet y dos coches propios. El salario es un buen discriminante —en realidad, Nader no paga a sus colaboradores más de cuatro mil quinientos dólares el primer año—. Los «Nader's Raiders» tienen que anteponer el trabajo a la propia familia.

Yo le dije que esta exigencia me parecía excesivamente rigurosa. «Es verdad —me contestó—. Nuestras exigencias son muy severas». Y asomó a sus labios una sonrisa ligeramente astuta.

La mayoría de los colaboradores fijos de Nader pertenecen a la clase media y son blancos. Nader quiere gente capacitada; ahora ha comenzado a reclutar a ingenieros, a economistas y a científicos, aunque

los «Raiders» son abogados en su mayoría. Se trata, por así decir, de miembros del «establishment», que utilizan los métodos propios del «establishment» para reformar el sistema.

Nader no está de acuerdo con los que abogan por la violación de leyes. A pesar del carácter a veces violento de su retórica, Nader es ante todo y sobre todo un abogado, en un país en que son los abogados quienes transforman la sociedad, a diferencia de lo que ocurre en otros paises, donde son los reformadores sociales o los políticos quienes la modifican.

Las oficinas de Nader —son cinco en total y están ubicadas todas ellas en el centro de Washington— parecen en parte Redacciones de periódicos, con la gente en mangas de camisa, los teléfonos sonando continuamente, las puertas siempre abiertas, notas escritas a mano y clavadas en la pared («No se permiten bicicletas en este edificio»), y en parte firmas legales, con estatuillas en los anaqueles. Hay algunas mujeres, aunque poquísimas secretarías; los «Raiders» lo hacen todo ellos mismos. Un «Raider» me dijo que, a diferencia de lo que ocurría en otras oficinas donde había trabajado, en las de Nader no se hablaba para nada del sexo.

Tal vez una de las razones sean las ochenta horas semanales que trabaja como media un colaborador de Nader. Muchas veces están ocupados hasta los fines de semana. Su mayor estímulo es la esperanza de conseguir resultados.

Los «Raiders» están organizados en pequeños comandos. Sus infor-

mes tratan de producir cambios: obligar a una compañía a modificar su línea de actuación, cambiar una ley, acabar con la burocracia administrativa. En una crítica del reciente informe antitrust se decía, entre otras cosas: «Ralph Nader ha creado un nuevo tipo de formulación escrita: el estudio global y exhaustivo de un programa o una agencia del Gobierno a cargo de un equipo de estudiantes o graduados recientes» (generalmente de Derecho); los escritos, hábilmente publicados, destinados a sacudir la opinión pública, contienen abundantes propuestas de cambio y reforma social, llevan bastantes notas a pie de página y demás aparato académico y son producto de entrevistas e investigaciones a fondo».

Como ocurre con las conferencias del propio Nader, los informes de su grupo combinan una gran solidez informativa con insultos directos, estilo que quedó ya firmemente establecido en el primer informe, el dedicado a la Federal Trade Commission. En el prefacio de aquel informe, Nader acusaba a la comisión de craso nepotismo. El texto contenía algunos detalles muy vivos: «Durante las pausas que se hacen por las mañanas y por las tardes para tomar café, los ascensores que bajan a la cafetería están tan repletos que mucha gente se ve obligada a utilizar las escaleras para ir a los despachos de los diferentes pisos».

Nader sabe que, a pesar de lo que comúnmente se dice, las modernas burocracias tienen también su talón de Aquiles. Cree en la eficacia de dar nombres: «Cuando dos colaboradores nuestros fueron a entrevistar a mister Grandey en su despacho, se le encontraron dormido en un sofá con las hojas deportivas del Washington Post tapándole la cabeza. Mis colaboradores le preguntaron que cuánto ganaba al año, y mister Grandey respondió un tanto vagamente que unos veintidós mil seiscientos noventa y cinco dólares».

Nader se interesa por todo tipo de detalles. En un largo apéndice de uno de sus informes calculaba, por ejemplo, que las toneladas de heces humanas que caen anualmente sobre las vías del ferrocarril justifican la instalación de lavabos modernos en interés de la higiene pública.

He aquí un buen ejemplo de una operación típica de Nader, relacionada con la publicidad. Una muchacha norteamericana que regresaba a su país, tras dos años de permanencia en el Brasil con el Peace Corps, quedó anonadada ante la enorme profusión de marcas y productos. Ella sabía que la democracia americana dependía del sistema de

LOS 'NADER'S RAIDERS'

libre empresa, que el sistema de libre empresa dependía a su vez de la existencia de una competencia fuerte y eficaz, y que la competencia quedaba garantizada cuando el cliente tenía la posibilidad de comprar el mejor producto al mínimo precio. Sabía igualmente que la información deseada había de ofrecérsela la publicidad. Así es que se dedicó a mirar los anuncios de televisión, pero se encontró con que no contenían la información que ella buscaba.

La muchacha llevó a cabo una investigación en torno a cientos de anuncios. A continuación, ella y Nader escribieron a los presidentes de 68 compañías preguntándoles si los datos en los que se basaban para su publicidad estaban a disposición de los consumidores. Solicitaron, por ejemplo, de la Standard Oil los datos en los que basaban su propaganda en el sentido de que la Esso Extra «tiene más suavizantes que cualquier otra gasolina». También pidieron a la Beecham Inc. que demostrase la veracidad de sus afirmaciones de que «una importante clínica dental» había demostrado que la pasta Macleans blanquea más los dientes que cualquier otra.

Dieciséis compañías ni siquiera contestaron, y las respuestas de la mayor parte de las restantes compañías no satisficieron a la señorita Adams. En vista del resultado, ella y Nader pidieron a la Federal Trade Commission que hiciese uso de sus poderes para obligar a las compañías a fundamentar sus pretensiones publicitarias. Cosa que la FTC ya ha comenzado a hacer. La primera emplazada ha sido la industria automovilística. Por otro lado, dicho Organismo ha obligado a retractarse públicamente a los fabricantes de un tipo de pan que aseguraban que su producto tenía la propiedad de hacer adelgazar.

Los colaboradores de Nader acuden con frecuencia a los Tribunales del país. El esposo de miss Adams, abogado de Yale, perteneciente a una rica familia norteamericana, ha encausado a los fabricantes de Ex-tedrin, un remedio contra el dolor de cabeza, por su engañosa campaña de publicidad. Se trata de un nuevo tipo de pleitos en los que un individuo puede demandar y pedir daños y perjuicios en nombre propio y en el de los demás.

Las actividades de la señorita Adams están causando bastantes quebraderos de cabeza a los anunciantes. Miss Adams recibe muchas invitaciones para pronunciar conferencias ante auditorios compuestos por publicitarios, invitaciones que ella acepta en la medida en que pue-

de, insistiendo en que lo único que exige de la publicidad es que ayude a comprar inteligentemente. «Lo único que pretendemos es que los publicitarios se ajusten al admirable código ético que ellos mismos han establecido. No pedimos nada del otro mundo».

Nader controla todas estas actividades gracias en parte a su formidable capacidad de trabajo, y sobre todo a través de sus ayudantes, a los que él tan inteligentemente ha sabido escoger.

Los informes Nader resultan muchas veces un tanto ramplones y hasta ingenuos, pero demuestran siempre una gran exactitud. El crítico del informe antitrust, Richard Posner, de la Universidad de Chicago, es, sin duda, una de las personas que mejor conocen el tema: Posner calificó al informe de «muy tendencioso», aunque hubo de reconocer que era también «muy exacto». Nader revisa y prologa siempre los informes de su grupo. Para asegurarse de su exactitud, Nader distribuye antes de nada los informes en hojas sueltas entre los periódicos y las partes interesadas: «Al cabo de una semana, el informe ha sido completamente radiografiado: es un servicio de revisión gratuito».

Hay gente que piensa que conforme aumente el volumen de trabajo, habrá de empeorar necesariamente la calidad del mismo, ya que Nader no podrá seguir supervisándolo todo personalmente. Pero Nader no es de esta opinión: «Si yo quisiese torpedear una organización de este tipo, he aquí lo que haría. Primero pondría a todo el mundo dos secretarías. Luego cuadruplicaría los sueldos. A continuación daría un dictáfono último modelo a cada uno de mis empleados. Y los haría asistir a todo tipo de conferencias y discusiones. Los tendría siempre a todos con agujetas».

Nader es como un perro que olfatea dónde está el hueso. Y para desenterrarlo utiliza los subterfugios más ingeniosos. ¿Que la Union Caroiide se niega a revelar los componentes químicos de un producto? Bueno, en ese caso tal vez pueda obligarla a ello el sindicato, cuyos miembros trabajan en esa compañía. También cabe la posibilidad de un pleito. O un inserto periodístico solicitando información más o menos confidencial sobre el particular. Nader mencionó su investigación (en torno a la American Automobile Association) en el «show» que tiene Dick Cavitt en la televisión americana, y recibió 400 cartas, la mayoría de las cuales iban dirigidas simplemente a «Ralph Nader, Washington D. C.».

Algunas veces, para convencer a los recalcitrantes, Nader llega a la amenaza directa: «Ahora tenemos a tres personas detrás de ustedes, pronto serán cincuenta». Según me dijo el propio Nader, la General Motors ha prohibido a sus empleados hablar con los «Raiders». «Son estúpidos; así no conseguirán más que enardecernos». Hasta ahora nadie ha podido frenar a los «Raiders», y Nader está dispuesto a que esto no ocurra en el futuro.

Es un tipo tenaz. Recientemente ha sufrido tres derrotas relacionadas con sus investigaciones sobre la Volkswagen, la Mobil y el Ministerio de Transportes norteamericano. Pero Nader no se da por vencido, y volverá pronto a la carga. Cuando le interrogué sobre su disputa con el ministro de Transportes acerca de los parabrisas de los coches, Nader soltó una deliciosa carcajada y me contestó: «Hizo unos comentarios de antología», como dándose a entender que, más tarde o más temprano, mister Peyton volvería a oír hablar de parabrisas.

Hay, naturalmente, gente que critica a Nader, especialmente gente de la nueva izquierda y hombres de negocios. Estos últimos le acusan de torpedear el sistema de libre empresa. La revista de negocios *Fortune* le denunciaba por «proyectar sus temores y sospechas sobre toda una sociedad». Los nuevos izquierdistas dicen, por el contrario, que ojalá Nader estuviera torpedeando el sistema, en lugar de limitarse a ponerle parches, desviando así la atención del público de la necesidad de reestructurar una sociedad enferma. Otros le critican su incapacidad para discriminar; dicen que es como una aspiradora.

Para un extranjero, Nader es uno de los pocos personajes públicos americanos que utiliza una retórica distinta. ¿En qué se basa esa nueva retórica de Nader? El mismo me habló del «puritanismo» de su organización.

Es la resurrección del espíritu puritano típico de los primeros colonos, que predicaban la frugalidad, la morigeración, el ahorro, la honestidad y el respeto al interés público.

Aquí radica gran parte de su fuerza. La desesperación y desorientación que reinan hoy en día en los Estados Unidos se deben en gran medida a la sensación general de que la vieja ética protestante y el espíritu puritano de los primeros americanos han pasado ya a la Historia, habiendo sido sustituidos por un hedonismo de carácter individual («cada uno va a lo suyo»).

Nader insiste implícitamente en que las organizaciones deberían actuar de acuerdo con los valores tra-

dicionales que, se supone, rigen la vida de los individuos. Por eso precisamente se sienten amenazados muchos hombres de negocios. El capitalismo pretende que se le juzgue solamente por sus «marcas» —crecimiento, opulencia cada vez más generalizada, estadísticas puras y simples—. Nader aplica, por el contrario, sus propios esquemas ideales. La General Motors anuncia, por ejemplo: «Fabricamos y vendemos el cincuenta y cinco por ciento de los coches americanos». Nader replica: «Pero sus coches no ofrecen la necesaria seguridad y, además, contaminan la atmósfera».

Otro ejemplo: Nader trata de convencer actualmente a los subalternos para que «piten» a sus jefes cada vez que éstos les ordenen hacer algo que ellos consideren injusto. El «Raider» que se ocupa directamente de esta campaña de «pitados» tiene colgado en la pared, tras su mesa de despacho, un papel manuscrito donde puede leerse la siguiente sentencia de Abraham Lincoln: «El callarse cuando deberían hablar convierte a los hombres en cobardes». Este precepto, que todo el mundo aceptaría como una excelente guía de comportamiento personal, suena a subversivo, aplicado dentro de una empresa.

Si pensamos en Nader como el último puritano, comprenderemos fácilmente por qué recibe apoyo tanto de los reformistas como de los conservadores. Comprenderemos también por qué escribe al mismo tiempo para *Life*, revista en la línea de *Fortune*, y para la *New York Review of Books*, publicación de tendencia izquierdista. Sus ataques a los abusos de las empresas gustan a los reformistas, y su evangélica defensa de los valores tradicionales es del agrado de los conservadores. Como hombre honrado, que se comporta públicamente de acuerdo con sus principios interiores, Nader cuenta con la admiración de todos.

¿Qué deparará el futuro a Nader y al naderismo? Todo el mundo está de acuerdo en afirmar que la «rebelión del consumidor», que es al mismo tiempo una «rebelión del ciudadano», va a perdurar. Lo que Nader brinda a los universitarios y demás ciudadanos preocupados por la res pública es, más que una empresa llena de inspiración, todo un estilo de vida. Por muy problemática que parezca la posibilidad de que el idealismo llegue a regenerar, como se propone, el sistema de los Estados Unidos, en ningún caso debe subestimarse el poder que encierra el idealismo americano. ■

M. D.

© THE OBSERVER-FIELD