

AS ARTIMANHAS DA STANDARD OIL (ESSO) PARA CONTROLAR O PETRÓLEO BRASILEIRO

Celso Carvalho Jr.
Mestre em História pela Unesp/Assis.

Entre 1946 e 1953, ocorreram acalorados debates sobre o setor petrolífero brasileiro. A polêmica dizia respeito ao grau de participação que o Estado e investidores privados deveriam ter nesta atividade. Diversos grupos envolveram-se na questão, que ganhou repercussão com a campanha *O Petróleo é Nosso* e o projeto de criação da Petrobras (1951). Com a redemocratização no pós-1945, coube aos parlamentares definir a política para o setor e os envolvidos no assunto tentaram, de diferentes formas, conquistar o apoio da opinião pública para respaldar suas propostas. Neste contexto, a companhia norte-americana Standard Oil (ESSO) interveio no debate público por meio de anúncios publicados nos principais jornais do país. A presente pesquisa analisou este material com o intuito de identificar o posicionamento da ESSO, quais eram seus interesses e de que modo agia para defendê-los. As campanhas publicitárias de que se valeu a multinacional, parte diretamente interessada na questão, revelaram-se um meio precioso para discernir os argumentos, estratégias e formas de intervenção no debate sobre o tema.

A QUESTÃO DO PETRÓLEO NO BRASIL: 1946-1953

Nessa pesquisa, a periodização inicia-se em fevereiro de 1946, quando começou os trabalhos de elaboração da nova constituição e termina em outubro de 1953, quando foi promulgada a lei que criou a Petrobras e definiu a nova política para o setor petrolífero. Nesse momento, as discussões em torno da melhor maneira de explorar o petróleo brasileiro foram intensas com a determinação constitucional de abrir o setor à iniciativa privada, a mudança de orientação política do Conselho Nacional do Petróleo, os debates no Clube Militar, o Estatuto do Petróleo, a Campanha “*O Petróleo é Nosso*”, o Plano Salte, a crescente demanda por combustíveis e as discussões sobre o projeto da Petrobras. Entendemos que nesse período não havia uma política definida para o setor petrolífero brasileiro por isso as discussões sobre o assunto foram tão intensas.

Os acontecimentos da década de 1940 – Segunda Guerra Mundial, queda de Vargas, redemocratização do país e o fortalecimento do setor empresarial – contribuíram para alterar os rumos da política do setor. A postura nacionalista e centralizadora do CNP (Conselho Nacional do Petróleo) foi ardorosamente defendida pelo seu primeiro presidente, o general Júlio Caetano Horta Barbosa. Porém, em 1943 o general Horta Barbosa pediu o seu afastamento do cargo, sendo substituído pelo então Coronel João Carlos Barreto. O que o levou a demitir-se do cargo foi a forte oposição que passou a enfrentar dentro do próprio governo. Seu substituto seguiu orientação diferente, defendendo a adoção de uma política que atraísse o capital estrangeiro para o setor. Tal posicionamento contou com o apoio dos empresários nacionais, sob o argumento de que a pesquisa e a industrialização do petróleo exigiam grandes capitais, custosa aparelhagem, engenheiros especializados e mão-de-obra qualificada, elementos que o Brasil não possuía. Frente à demanda crescente de petróleo, em 1945 anunciou-se que seria permitido às companhias privadas nacionais instalarem refinarias no país.¹

A constituição de 1946 possibilitou uma maior margem de ação aos defensores do capital privado, que tiveram a oportunidade de adequar a legislação do petróleo aos seus interesses. A constituição determinou que a revisão da legislação dos recursos minerais seria feita por meio de lei ordinária, o que levou à discussão, em 1948 de um estatuto para o petróleo. As determinações constitucionais e a decisão do CNP de abrir a indústria do refino às empresas privadas nacionais, propiciou o surgimento do movimento conhecido como a campanha “*O Petróleo é Nosso*”, que teve início em 1947, no Clube Militar. Seu maior objetivo era a defesa, junto à opinião pública e aos parlamentares do monopólio estatal para o setor. A diretoria do Clube, formada por militares nacionalistas e antiimperialistas, promoveu reuniões para discutir o problema do petróleo e das riquezas naturais. Após a Segunda Guerra, as Forças Armadas dividiram-se entre nacionalistas e propugnadores de uma política de aliança com os Estados Unidos, baseada na necessidade da defesa do hemisfério. Essa divisão foi expressa nas conferências proferidas pelos generais Juarez Távora e Horta Barbosa. Este defendeu o monopólio do Estado na exploração do petróleo, aquele à participação do capital estrangeiro.

Em fevereiro de 1948, o presidente Dutra enviou ao Congresso o anteprojeto do Estatuto do Petróleo, acompanhado de uma mensagem na qual sugeria que se

¹ COHN, Gabriel. *Petróleo e Nacionalismo*. São Paulo: DIFEL, 1968, pp. 58-81.

realizasse um grande debate em torno da polêmica matéria. O objetivo do anteprojeto era lançar as bases para a admissão do capital privado, nacional e estrangeiro, adequando a legislação sobre os recursos naturais aos dispositivos da constituição de 1946.²

Como o governo dispunha de maioria no Congresso, esperava-se que a matéria fosse aprovada rapidamente, entretanto o problema do petróleo já havia extravasado a área governamental e se transformado em assunto que interessava à opinião pública. Essa passou a influenciar de forma decisiva as discussões sobre o Estatuto. Prova disso foi a criação em 1948, do Centro de Estudos e Defesa do Petróleo (CEDP), que tinha como objetivo aglutinar os defensores do monopólio estatal e coordenar a campanha “*O Petróleo é Nosso*”. O centro era composto por estudantes, militares, homens públicos, intelectuais, principalmente: jornalistas, professores e técnicos. A principal estratégia utilizada, para conquistar o apoio popular, foi realizar conferências e editar panfletos sobre a questão, estimular a criação de Centros de Defesa do Petróleo nos estados e municípios e empreender um trabalho de pressão junto aos deputados e senadores para dificultar a tramitação do Estatuto.³

Com o crescimento da Campanha do Petróleo o anteprojeto foi abandonado pelo governo Dutra e o Brasil continuou sem uma política definida para o setor petrolífero. Além disso, o contínuo aumento nas importações de combustíveis obrigava o país a gastar uma quantia significativa de sua receita na importação desse produto. Por isso, se tornou urgente solucionar o problema da baixa produtividade de petróleo nacional no início dos anos de 1950. Nesse cenário, o novo governo teve que enfrentar a questão do petróleo. O presidente eleito, Getúlio Vargas propôs por meio de sua Assessoria Econômica a criação de uma empresa de capital misto, a Petrobras, controlada pelo Estado e responsável pela pesquisa, lavra, refinação, comércio e transporte do petróleo e seus derivados. Assegurava-se, por tanto, a participação do capital privado e não se instituiu o monopólio estatal.⁴

O projeto da Petrobras não foi bem recebido pelos parlamentares, que defendiam outras soluções para a questão. O grupo de tendências nacionalistas defendia o monopólio estatal em todas as fases da produção. Sua principal crítica ao projeto era a

² SMITH, Peter Seaborn. *Política e Petróleo no Brasil no Brasil Moderno*. Rio de Janeiro: Artenova/ Ed. Unb, 1978, pp.67-68.

³ DIAS, José L. de Mattos; et al. *A Questão do Petróleo no Brasil: uma História da Petrobras*. Rio de Janeiro: FGV, 1993, pp. 73-79.

⁴ D'ARAÚJO, Maria Celina S. *O segundo governo Vargas: democracia, partidos e crise política*. São Paulo: Ática, 1992, pp. 118-152.

participação do capital privado nacional na constituição da empresa, o que tornaria o setor petrolífero vulnerável aos interesses estrangeiros.

No entanto, havia outro grupo, que propunha a abertura do setor petrolífero ao capital externo, posição defendida por número expressivo de senadores. Eles argumentavam que o Brasil não possuía recursos financeiros e nem técnicos especializados para explorar o petróleo, o que tornava imprescindível o auxílio internacional.⁵

Nos debates que ocorreram no congresso prevaleceu a tese do monopólio estatal, pois um número significativo de deputados optou por esse ponto de vista. Assim, o projeto governamental ganhou uma feição mais nacionalista. As discussões sobre a Petrobras encerraram-se no dia 15 de setembro de 1953 e, pouco depois, 3 de outubro, o presidente Getúlio Vargas sancionou a Lei nº 2004, que estabeleceu a política do petróleo e a criação da Petrobras S.A. Dessa forma, ficou assentado o monopólio da União nas áreas de pesquisa, lavra, refinação e transporte. Caberia ao CNP, a orientação e fiscalização do setor; enquanto a Petrobras e suas subsidiárias seriam responsáveis pela execução.

A PARTICIPAÇÃO DA IMPRENSA NOS DEBATES

Entre 1946 e 1953, a imprensa teve um papel importante nas discussões, com a participação de jornais e revistas das mais variadas tendências e estilos buscando influir nos rumos da política do petróleo por meio da publicação de editoriais, artigos, reportagens, notícias e entrevistas, com o propósito de convencer o leitor a apoiar a causa que defendiam - alguns eram contra e outros a favor do monopólio estatal.

No pós-guerra frutificou uma pequena, porém atuante, imprensa nacionalista, unida em torno da luta pela consolidação da democracia e pela crítica à influência de capitais estrangeiros nos setores básicos da economia brasileira. Jornais como *O Jornal de Debates*, *A Revista do Clube Militar*, *O Popular e Emancipação*, tiveram importante participação nas discussões acerca do petróleo. Aliás, a campanha motivou o surgimento de um conjunto de jornais e revistas para divulgar os ideais do movimento, que contavam com um espaço pequeno na chamada grande imprensa.⁶

⁵ COHN, Gabriel. Idem, pp. 133-162.

⁶ RAMOS, Plínio de Abreu. A imprensa nacionalista. IN: ABREU, Alzira Alves de; et al. *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos 50*. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 1996, pp. 61-63.

Na grande imprensa, os únicos jornais que defenderam o monopólio estatal do petróleo foram o *Diário de Notícias*, a *Tribuna da Imprensa* e a *Última Hora*. Os demais órgãos defenderam a abertura do setor petrolífero à iniciativa privada, nacional e estrangeira, uma vez que estavam comprometidos com a defesa do liberalismo econômico ou com grupos financeiros internos e/ou externos, interessados no assunto. Procuravam combater a intervenção do Estado na economia e os movimentos nacionalistas, caso dos jornais *O Globo*, *Correio da Manhã*, *O Estado de S. Paulo* e dos periódicos do grupo *Folha*⁷ e *Diários Associados*⁸.

A STANDARD OIL NA QUESTÃO DO PETRÓLEO

Em 1949, a Standard Oil, por meio de anúncios publicados nos principais jornais do país, dirigiu-se diretamente ao público brasileiro para defender seu ponto de vista. Segunda a multinacional, a questão do petróleo tornou-se um assunto importante para os brasileiros e a busca de uma solução adequada ao problema exigia que o público estivesse bem informado. Foi esta a justificativa utilizada pela companhia para publicar um conjunto de anúncios nos quais manifestava sua posição sobre o tema.⁹ A multinacional procurou definir bem seu ponto de vista sobre a polêmica e responder as críticas e acusações de que foi alvo. Assim, criticou o Decreto N° 395, publicado em 29 de abril de 1938, que proibia a participação do capital estrangeiro na indústria do refino, e também desmentiu as acusações de que tentava impedir o desenvolvimento da indústria petrolífera no Brasil. Afirmou que tais declarações eram resultado da falta de informação, pois a política e ação da empresa se orientavam na direção oposta. Como exemplo, afirmou que se ofereceu para suprir de petróleo bruto os diversos projetos de

⁷ O primeiro jornal do grupo foi a *Folha da Noite*, criado em 1921. Em seguida, em 1925, foi lançada a *Folha da Manhã*. No ano de 1949, surgiu a *Folha da Tarde*; em 1960, os três jornais foram fundidos em um só, a *Folha de S. Paulo*.

⁸ Nos anos de 1950, os *Diários Associados* eram a maior cadeia de comunicação da América Latina. Em 1952, compreendiam vinte e oito jornais, uma agência de notícias, três revistas, dezenove emissoras de rádio e duas estações de televisão. O matutino, *O Jornal*, e o vespertino, *Diário da Noite*, ambos do Rio de Janeiro, foram os órgãos líderes do grupo, que também possuía a revista de maior tiragem do país, *O Cruzeiro*.

⁹ Entre 1949 e 1950 a ESSO publicou anúncios, muitos de página inteira, nos principais jornais do Rio de Janeiro e São Paulo. O material publicitário utilizado nesta pesquisa foi retirado dos jornais *O Estado de S. Paulo* (OESP) e *Diário de Notícias* (DN).

instalação de refinarias e declarou seu interesse em participar deles. A companhia negou que estivesse encorajando a aprovação do Estatuto do Petróleo e declarou que se manifestava contrária à nova lei por acreditar que ela não permitiria às empresas privadas desenvolverem com êxito suas atividades. Para a ESSO, o setor petrolífero brasileiro deveria basear-se no sistema da livre iniciativa e franca concorrência entre diversas empresas. Alegou que mais de 90% de todos os recursos petrolíferos conhecidos no mundo foram descobertos e industrializados nesse sistema.¹⁰

A Standard Oil lembrava que atuava no Brasil há 37 anos e que se orgulhava do grande progresso do país e da sua participação no fornecimento de derivados de petróleo a população. Afirmou que combustíveis e desenvolvimento caminhavam juntos e quanto melhor a qualidade de vida de um povo mais consumidos eles seriam. No entanto, considerou que o Brasil precisava explorar os seus próprios recursos petrolíferos, mas o principal problema era descobrir a melhor maneira de fazer isso. Este trabalho exigiria grande aplicação de capitais e ofereceria riscos aos investidores, além de requerer elevada habilitação e conhecimentos técnicos. Por estas razões, a companhia defendeu que o melhor meio de industrializar o petróleo brasileiro seria permitir a atuação de empresas privadas no setor. Alegou que foi dessa maneira que essa indústria se desenvolveu na Europa, Oriente Médio, Estados Unidos, Canadá, Venezuela, Colômbia e outros países.¹¹

Em outro anúncio, a companhia procurou enumerar as vantagens da livre iniciativa e da concorrência entre as empresas no setor petrolífero, argumentando que a alta produtividade de países como os Estados Unidos e Venezuela só poderia ser explicada pela eficiência da iniciativa privada. Apontou ainda, que 94% das reservas de petróleo conhecidas em todo o mundo foram descobertas e industrializadas por companhias privadas e informou que, neste sistema, as multinacionais atuavam de acordo com as leis dos países onde se instalavam e afirmou que não desejava controlar o setor petrolífero brasileiro, o que existia era uma má compreensão deste ponto. Tudo que solicitava era o direito de realizar negócios no Brasil em condições razoáveis e de controlar e administrar seus investimentos no país. A empresa dizia-se contrária a qualquer tipo de monopólio, seja privado ou estatal e procurou fornecer dados que

¹⁰ DN. 17/07/1949, p. 05.

¹¹ DN. 31/07/1949, p. 05.

evidenciassem que não se constituía em monopólio privado, com o argumento de que produzia 15% do petróleo mundial, refinava 17% e comercializava 18%.¹²

Alguns fatores podem explicar a publicidade em prol da abertura do setor petrolífero brasileiro, não sendo o menos importante, o desejo de evitar o desgaste da imagem da Standard Oil no Brasil, devido à Campanha do Petróleo, que elegeu as companhias estrangeiras inimigas número um da soberania nacional. Além dos nacionalistas, outros setores da sociedade viam com desconfiança a atuação do capital estrangeiro nas áreas estratégicas da economia e, por conta disso, solicitavam uma regulamentação e fiscalização do Estado para coibir abusos. Foi esse o caso de determinados setores do empresariado nacional.¹³ Além de tentar melhorar a imagem da empresa, os anúncios tentavam convencer os leitores a adotarem seu ponto de vista sobre a questão.

A Standard Oil procurou construir a imagem de empresa comprometida com a modernização do país, assim, em diversos anúncios, destacava que os meios de transportes, equipamentos industriais, tratores e máquinas agrícolas utilizavam derivados de petróleo. Portanto, considerava que seu papel no desenvolvimento do Brasil era importante, pois fornecia o combustível necessário para esse progresso. O slogan *ESSO a serviço do progresso* sintetizava essa idéia. A companhia também declarou que continuava ampliando suas instalações e substituindo seus equipamentos para atender o constante crescimento no consumo de combustíveis. Alegava que, dessa forma, contribuía com o crescimento econômico do país e que uma das formas de financiar esses investimentos era inverter seus lucros aqui.

¹² OESP. 14/08/1949, p. 05; 09/10/ 1949, p. 05.

¹³ Sobre disputas de interesses entre o empresariado nacional e investidores estrangeiros Ver: DINIZ, Eli. *Empresário, Estado e Capitalismo no Brasil: 1930-1945*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.