

LA NACIÓN CREOLE: PETRÓLEO, DESARROLLO NACIONAL E INVERSIONES EXTRANJERAS EN VENEZUELA (1939-1965)

MARCUS GOLDING*

Introducción

Este ensayo explora cómo la Creole Petroleum Corporation intentó influenciar ideas sobre desarrollo nacional a través de su aparataje comunicacional y las inversiones sociales que realizó en el país. La compañía estableció una conexión clara entre la inversión extranjera, el bienestar del trabajador venezolano, la modernización económica, y la prosperidad nacional. El primer elemento constituía un catalizador para lograr los otros puntos. Atacar al capital foráneo solo podía llevar al subdesarrollo económico de la nación, de acuerdo a esta empresa norteamericana. A través de *El Farol* y otros medios de comunicación de esta corporación, la Creole elaboró una visión compartida donde el país y la compañía se movían juntas hacia el mismo destino. Lo que fuera bueno para Venezuela beneficiaba a la compañía. El objetivo final era convencer a los venezolanos de que el capital extranjero constituía una fuerza benigna que le permitiría a los nacionales satisfacer sus deseos por desarrollar económicamente al país y, al mismo tiempo, convertirse en ciudadanos prósperos de una nación moderna.

La Creole y otras empresas americanas y británicas controlaron la industria petrolera venezolana durante la mayor parte del siglo XX (1914-1975). La Creole Petroleum Corporation en particular tuvo una presencia formidable en el país. La misma pertenecía a la Standard Oil Company of New Jersey (SONJ). Fue constituida el 9 de agosto de 1943, después de la

* University of Texas, School of Liberal Arts, 116 Inner Campus Dr. Stop G6000, Austin, TX 78712.
marcusgolding@utexas.edu

fusión de las tres principales subsidiarias de Jersey Standard en el país, Standard Oil Company of Venezuela (fundada el 27 de diciembre de 1921), Lago Petroleum (1923), adquirida por Jersey Standard en 1932, y el Sindicato Creole (fundado el 30 de marzo de 1920, y rebautizado luego como Creole Petroleum Corporation). La Creole se constituyó en la firma petrolera más grande del país, con alrededor de más del 40 por ciento de la producción de crudo de Venezuela. Para 1958 la empresa empleaba 14.540 individuos de los cuales el 90 por ciento eran venezolanos. La firma estaba verticalmente integrada, a cargo de las fases de exploración, producción, refinamiento y mercadeo. La Creole vendía su petróleo a más de sesenta y seis países, con los Estados Unidos como su principal cliente, consumiendo aproximadamente 38 por ciento de la producción. Creole tuvo presencia en el este y oeste de Venezuela con cerca de 2.400 pozos petroleros activos, 800 kilómetros de oleoductos en tierra, y 2.080 kilómetros de oleoductos en el Lago de Maracaibo. Finalmente, la corporación operaba diecinueve campos petroleros, puertos y controlaba dos refinerías. Su refinería de Amuay en el estado Falcón, fue una de las más grandes del mundo en su momento. Hacia finales de 1958 la compañía exportaba un promedio de un millón de barriles diarios.¹

En contraste con otras naciones latinoamericanas donde las compañías petroleras tenían operaciones, en este país caribeño disfrutaron una larga y hospitalaria presencia. En la región, Argentina inició la tendencia hacia el nacionalismo petrolero con la fundación de la primera empresa petrolera estatal (Yacimientos Petrolíferos Fiscales) el 3 de junio de 1922.² Este proceso de nacionalismo petrolero se intensificó después de la Gran Depresión, pasando la gerencia de todo el sector petrolero, o partes del mismo, al Estado en Bolivia (1937 y 1969), México (1938), Colombia (1951), Brasil (1953), y Perú (1968). Es notable que Venezuela

¹ “La Creole Petroleum Corporation Impulsa El Desarrollo de Venezuela 1921-1959”, *Petróleo y Minería de Venezuela* (Caracas-Venezuela: 1959), 56-72.

² John D. WIRTH, *Latin American Oil Companies and the Politics of Energy* (Lincoln-Nebraska: University of Nebraska Press, 1985), 51.

nacionalizó la industria tardíamente (1976), en comparación con sus contrapartes regionales.

Claramente las compañías petroleras realizaron cosas buenas en Venezuela para prolongar sus operaciones por las siguientes décadas. ¿Qué pudo ser? Varios factores contribuyeron al prolongado reinado de la Creole en Venezuela. Desde un país excesivamente dependiente del petróleo, hasta unas élites nacionales interesadas en atraer capital foráneo para cumplir sus deseos de lograr el desarrollo económico nacional. Sin embargo, hay un componente tan importante como los otros, usualmente poco enfatizado por los académicos. La extensa red de inversiones sociales y económicas en el sector no petrolero confirman la devoción de la firma en cuanto a la creación de un ambiente favorable para sus operaciones en Venezuela. Su misión general se orientó a convencer a los venezolanos que Creole era una fuerza benigna en el desarrollo de la nación.

15

Sin embargo, antes de que la compañía siquiera considerara una estrategia de relaciones públicas y de inversiones fuera del sector de hidrocarburos, dos eventos importantes ocurrieron que llevaron a los ejecutivos de la Creole a reconsiderar su relación con el país anfitrión. Internamente, la empresa enfrentó su primera huelga exitosa y de envergadura en el país contra las petroleras extranjeras el 14 de diciembre de 1936. Después de la muerte del dictador Juan Vicente Gómez (1908-1935), los trabajadores petroleros se organizaron para exigir beneficios sociales y económicos que previamente la dictadura les había negado. Aunque la huelga fue disuelta, el gobierno militar que sucedió al dictador venezolano tomó medidas para garantizar algunas de las exigencias laborales como derechos de los trabajadores. Estas concesiones que las empresas foráneas se vieron forzadas a realizar sentaron un precedente en el cual las aceiteras tendrían que ser más receptivas a las exigencias de los trabajadores en el futuro o enfrentar la ira popular que pudiese poner en riesgo sus intereses a largo plazo en el país.

No obstante, el peor precedente llegó en 1938. Los trabajadores mexicanos declararon una huelga general el 28 de mayo de 1937,

exigiendo amplios derechos laborales, pero las aceiteras rechazaron cualquier resolución a la disputa que había sido propuesta por el gobierno, considerando la demanda de los sindicatos muy onerosas. El subsiguiente impasse político y la intransigencia en las negociaciones finalmente desembocaron en la expropiación total de la industria el 18 de marzo de 1938, llevada a cabo bajo el gobierno nacionalista del presidente Lázaro Cárdenas (1934-1940).³ El inicio de la guerra mundial el 1 de septiembre de 1939 solo exacerbó la importancia del crudo venezolano para los intereses extranjeros petroleros y para la maquinaria de guerra de los Aliados luchando en Europa y el Océano Pacífico. La creación de *El Farol* en junio de ese mismo año revela un cambio transcendental en las prioridades de la compañía, sensible a la nacionalización mexicana y al inicio de una nueva guerra mundial.

Para evitar el escenario mexicano, la Creole se concentró en sustanciosas inversiones socioeconómicas apoyadas por una eficiente estrategia de relaciones públicas para informar a los venezolanos acerca de los beneficios que la nación recibía de sus operaciones. Los trabajadores petroleros y los ciudadanos venezolanos constituyeron el objetivo principal de persuasión. Ideas sobre desarrollo nacional en los campos petroleros y fuera de las instalaciones de la corporación influenciaron en gran medida la percepción que los venezolanos tenían del capital extranjero. El enfoque de la Creole en inversiones sociales buscaba dos objetivos. Primero, asegurar una fuerza de trabajo leal, disciplinada y bien pagada en los campos petroleros. Segundo, convencer a los venezolanos de que las acciones de la firma de hecho traían prosperidad y progreso para todos sus ciudadanos. Las inversiones sociales y el aparato de relaciones públicas de la Creole contribuyeron a explicar la larga presencia que la empresa disfrutó en Venezuela y la tardía nacionalización de la industria concretada el 1 de enero de 1976.

³ Jonathan C. BROWN and Alan KNIGHT, *The Mexican Petroleum Industry in the Twentieth Century* (Austin- Texas: University of Texas Press, 2009), 184.

La primera sección del ensayo provee un panorama general del contexto político en el cual se dieron las inversiones de la Creole Petroleum Corporation. La segunda parte se enfoca en el alcance comunicacional que esta compañía desarrolló para conectar con todos los venezolanos que no trabajaban directamente en la industria petrolera. A través de la expansión de estos medios de comunicación en radio y televisión, la corporación se involucró activamente en influenciar la propia percepción que los venezolanos tenían sobre su propio país convirtiéndose en una voz autorizada sobre la cultura e historia de Venezuela. La empresa enfocó la mayor parte de su poder comunicacional en la creación de programas culturales que exaltaban la historia del país, su educación, cultura y folklore. La Creole también contrató a los intelectuales más importantes de Venezuela para crear el contenido cultural de estos programas.

17

La última parte de este artículo examina las ideas de la Creole sobre desarrollo nacional, las cuales tenían una manifestación material a través de las inversiones no petroleras de la firma que incluían: agricultura, industrias nacionales y responsabilidad social. La corporación se involucró considerablemente en el mejoramiento de la producción agrícola del país a través de la asistencia a pequeños agricultores e inversiones directas en conglomerados agroindustriales. También impulsó la industrialización de Venezuela mediante el apoyo a empresas auxiliares que le proveían a la industria aceitera con materias primas y algunos productos manufacturados. Finalmente, las actividades de responsabilidad social de la Creole se concentraron en la promoción de las ciencias, educación, y el talento nacional, subrayando estas actividades como el compromiso desinteresado de un ciudadano corporativo con el progreso del país.

Este ensayo conecta con una perspectiva historiográfica poco explorada dentro de la extensa literatura sobre petróleo venezolano. Esta vertiente aborda las influencias culturales de las empresas norteamericanas en el país durante el siglo XX. La distinción que establece Fernando Coronil entre relaciones sociales y espacios naturales es importante. Él argumenta que las interacciones sociales entre los venezolanos y

el aceite negro fueron esenciales para la emergencia del Estado moderno venezolano y de las concepciones de identidad nacional. Contribuyó con esta idea al argumentar que las compañías petroleras –más que actores pasivos en este proceso– actuaban como importantes co-participantes en el proceso de desarrollo nacional de Venezuela. Como Lisa Blackmore indica, antes de que el Estado tuviese la capacidad para invertir de manera significativa en la economía, los campos petroleros fungieron como un ideal de movilidad social y modernización económica a ser imitado a nivel nacional. Las inversiones de la Creole fuera del sector de hidrocarburos extienden esta lógica, de manera limitada pero importante, al resto del país. A pesar del crecimiento del Estado en la economía, el modelo de desarrollo de Venezuela era impulsado por el sector de capital extranjero hasta la nacionalización de la industria petrolera en 1976. El papel crucial que jugaron esas firmas en el desarrollo económico de Venezuela necesariamente limitaba los modelos estatales o públicos de modernización. Las iniciativas de la Creole también estimularon una política cauta de nacionalismo petrolero en el sector de hidrocarburos.

Miguel Tinker Salas ya ha ofrecido un panorama general de la conexión entre capital extranjero, petróleo y nociones emergentes de ciudadanía en Venezuela. En particular su idea de ciudadanía corporativa es importante para este ensayo.⁴ Las preocupaciones de las compañías aceiteras por críticas nacionalistas a sus acciones generaron un modelo de gasto orientado hacia el bienestar social y económico. El mismo buscaba hacer a los venezolanos co-partícipes de la prosperidad económica que un trabajo en el sector hidrocarburos garantizaba. El interés de los empleados nacionales en el éxito de la empresa sirvió para contrarrestar por mucho tiempo ideas contrarias al control del capital foráneo sobre el crudo local. En específico, analizo algunas de las inversiones que la Creole Petroleum Corporation realizó fuera del sector de hidrocarburos entre

⁴ Miguel TINKER SALAS, *The Enduring Legacy: Oil, Culture, and Society in Venezuela* (Durham: Duke University Press, 2009), 11, 172.

1939-1965. Estas contribuciones fueron un componente esencial dentro de un objetivo ulterior de mantener la industria bajo control del capital privado extranjero y limitar la intervención del Estado en ese sector por varias décadas.

En segundo lugar, sitúo la experiencia de las compañías norteamericanas en Venezuela dentro de las historias de éxito de otras firmas extranjeras en el siglo XX latinoamericano. La literatura sobre empresas americanas identifica dos tipos de capitalismo corporativo. Una, asociada con una actitud meramente conservadora enfocada en las ganancias, y que está naturalmente desinteresada por mejoras laborales o la provisión de servicios para la comunidad. La tradición más progresista, también conocida a partir de la década de 1950 como *responsabilidad social empresarial*, se orienta hacia las necesidades de sus empleados, con la existencia de firmas que ofrecen una gran variedad de servicios sociales, altos salarios, y estabilidad laboral a largo plazo.⁵

19

Los historiadores han estudiado cómo las firmas americanas se han inspirado en la vertiente progresista empresarial para contrarrestar el nacionalismo económico en Latinoamérica durante la década de 1940. Las políticas de muchas compañías norteamericanas en México y Brasil consistieron en promover el ascenso profesional, altos sueldos, beneficios sociales, la contratación de nacionales para posiciones gerenciales y el respeto por la cultura latinoamericana.⁶ Estas firmas también empleaban las ondas de radio para conectar con su audiencia. Sears Roebuck en México patrocinaba programas de radio de media hora vinculando su tienda con los objetivos nacionalistas de la Revolución Mexicana. Ford

⁵ Roland MARCHAND, *Creating the Corporate Soul: The Rise of Public Relations and Corporate Imagery in American Big Business* (Berkeley: University of California Press, 2001), 4; Sanford M. JACOBY, *Modern Manors: Welfare Capitalism since the New Deal* (New Jersey: Princeton University Press, 1998), 4.

⁶ Julio MORENO, *Yankee Don't Go Home!: Mexican Nationalism, American Business Culture, and the Shaping of Modern Mexico, 1920-1950* (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2003); Joel WOLFE, *Autos and Progress: The Brazilian Search for Modernity* (Oxford: Oxford University Press, 2010).

Motors y General Motors realizaron lo propio en Brasil, divulgando propaganda que conectaba la producción doméstica de vehículos con ideas de movilidad social y unión nacional. Colgate-Palmolive participó en la creación de un producto cultural moderno latinoamericano, la telenovela, orientada hacia su principal segmento clientelar, las amas de casa.⁷

La historiografía sobre el consumismo en el capitalismo sugiere una sincronía similar en el uso de tecnologías comunicacionales por parte de corporaciones extranjeras en Latinoamérica.⁸ Las compañías americanas en Brasil y Venezuela empleaban la radio asiduamente en la década de 1940, moviendo su programación a la televisión en la década de 1950. Esta historiografía adicionalmente demuestra cómo políticas corporativas progresistas y técnicas de publicidad innovadoras constituyeron herramientas ideológicas poderosas durante la Guerra Fría para promover al capitalismo como un sistema superior de desarrollo económico al socialismo.

Aquellos negocios norteamericanos que implementaron la responsabilidad social de manera constante encontraron el éxito en Latinoamérica, mientras aquellas que no lo hacían, o fallaban en sus intentos, confrontaban rechazo popular. Por ejemplo, el capital americano petrolero tuvo un pobre desempeño en este sentido, enfrentando sucesivas olas de intervención estatal entre la década de 1930 y 1960. Firmas foráneas sufrieron nacionalizaciones en Bolivia (1937), México (1938), y Perú (1968). La Creole Petroleum Corporation, y sus competidores más inmediatos como la Royal Dutch Shell, constituyen ejemplos únicos en la historia de la responsabilidad social en la industria petrolera de este

⁷ MORENO, *Yankee Don't Go Home!*, 181; WOLFE, *Autos and Progress*, 72; James P. WOODARD, *Brazil's Revolution in Commerce: Creating Consumer Capitalism in the American Century* (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2020), 57, 103.

⁸ WOODARD, *Brazil's Revolution in Commerce*; Natalia MILANESIO, *Workers Go Shopping in Argentina: The Rise of Popular Consumer Culture* (Albuquerque: University of New Mexico Press, 2013); WOLFE, *Autos and Progress*; MORENO, *Yankee Don't Go Home!*

periodo (1939-1976) por dos razones. En primer lugar, las exorbitantes ganancias alcanzadas por estas corporaciones le permitían al gobierno cobrar mayores impuestos progresivamente sin gran riesgo. De hecho, los políticos venezolanos veían a los empresarios petroleros como elementos claves para diversificar la economía y elevar los estándares de vida de todos los ciudadanos.

En segundo lugar, la mayoría de las estrategias corporativas progresistas en los Estados Unidos y Latinoamérica buscaban disuadir o frenar la conformación de un movimiento sindical fuerte. Sin embargo, la perspectiva empresarial más liberal de Venezuela aceptaba las contrataciones colectivas entre empleadores y sindicatos independientes. El gobierno nacional hizo obligatorio negociaciones directas entre las compañías de hidrocarburos y los líderes sindicales en 1946. De ahí en adelante el sistema de contratación colectiva se mantuvo en pie incluso durante los peores episodios de represión laboral por parte de la dictadura militar que gobernó entre 1948 y 1958. Irónicamente, fueron las corporaciones aceiteras que operaban en Venezuela las mejores proponentes de acciones dirigidas a la responsabilidad social empresarial en toda Latinoamérica.

21

Finalmente, la experiencia venezolana reafirma dos importantes debates existentes dentro de la historiografía sobre empresas petroleras en Latinoamérica.⁹ En primer lugar, las altas tasas de ganancia y las condiciones favorables del crudo nacional en la década de 1940 y 1950, le permitieron amplio campo de maniobra a las corporaciones norteamericanas para satisfacer los extensivos compromisos sociales que tenían en Venezuela. En segundo lugar, aquellos países latinoamericanos que no eran exportadores de petróleo prefirieron minimizar sus vínculos

⁹ César BALESTRINI, *La industria petrolera en América Latina* (Caracas: Ediciones de la Biblioteca Universidad Central de Venezuela, 1971); George D. E. PHILIP, *Oil and Politics in Latin America: Nationalist Movements and State Companies* (Cambridge: Cambridge University Press, 1979).

con intereses foráneos y desarrollar industrias nacionales que pudiesen cubrir la demanda de su mercado interno. En contraste, la condición de Venezuela como un actor global de peso en la exportación del aceite negro justificaba los altos niveles de inversión social que las empresas extranjeras dedicaban al país.

Vientos favorables para las inversiones extranjeras: las décadas de 1940 y 1950 en Venezuela

22

Entre 1939 y 1960 Venezuela ofreció condiciones muy favorables a las inversiones extranjeras. En veintiún años, la Creole negoció con cuatro administraciones diferentes. En varios sentidos todas dieron la bienvenida a las inversiones extranjeras y buscaron cooperar con las compañías americanas y británicas. El propósito de esta sección es detallar el contexto político en el cual estas inversiones foráneas se realizaron.

La Ley de Hidrocarburos de 1943 redefinió la relación entre las empresas petroleras extranjeras y el Estado venezolano hasta la nacionalización del sector el 1 de enero de 1976. Elaborada por el gobierno del general Isaías Medina Angarita (1941-1945) en colaboración con las corporaciones petroleras, esta legislación elevó las contribuciones fiscales del capital norteamericano y británico al tesoro nacional. Las regalías pagadas al gobierno aumentaron a 1/6 (16.67 por ciento de la producción por cada barril petrolero).¹⁰ Adicionalmente, una nueva ley de impuestos sobre la renta, y subsiguientes elevaciones en los impuestos corporativos le permitió al gobierno venezolano expandir su participación fiscal en el sector de hidrocarburos. Esta ley abrió camino a la famosa repartición de ganancias del 50 por ciento entre el Estado y las concesionarias, arreglo posteriormente adoptado en el Medio Oriente.

A cambio de mayores impuestos, la nueva ley petrolera trajo importantes beneficios a los intereses petroleros. En primer lugar, el Estado

¹⁰ Asdrúbal BAPTISTA, *Teoría Económica Del Capitalismo Rentístico* (Caracas: Banco Central de Venezuela, 2010), xx.

renunció a cualquier reclamo legal sobre concesiones de hidrocarburos otorgadas en términos dudosos durante administraciones pasadas. Adicionalmente Medina Angarita extendió las concesiones petroleras en curso por cuarenta años más. Finalmente, entre 1944 y 1945 el gobierno concedió más terrenos para explorar y explotar el aceite negro, incrementando el territorio bajo control de las concesionarias británicas y americanas a 4.5 millones de hectáreas.¹¹ Para los ejecutivos de la Creole la nueva ley de hidrocarburos “eliminaba muchas incertidumbres colocando a la industria en buen pie”.¹²

Fricciones domésticas llevaron a una coalición de oficiales militares jóvenes y a un nuevo partido de corte socialdemócrata, Acción Democrática, a derrocar a Medina Angarita el 18 de octubre de 1945. La nueva junta de gobierno liderada por Rómulo Betancourt (1945-1948), y el primer presidente elegido democráticamente, Rómulo Gallegos (1948), decretaron nuevos impuestos corporativos e implementaron una política de no más concesiones. Sin embargo, también fortalecieron sus lazos de cooperación con el capital extranjero.¹³ La Corporación Básica de Economía Venezolana, creada en 1947, fue solo un ejemplo de la colaboración que existió entre las firmas extranjeras y el Estado venezolano con el objetivo de incrementar la producción agrícola del país.

En este nuevo contexto político las corporaciones negociaron con líderes sindicales de Acción Democrática que favorecían mejoras económicas y se oponían resueltamente a los sindicatos dominados por los comunistas.¹⁴ Una primera purga de militantes comunistas del

¹¹ Rómulo BETANCOURT, *Venezuela, política y petróleo* (Caracas, Seix Barral, 1979), 212.

¹² “Creole Petroleum Corporation, Annual Report 1943”, April 22, 1944, Geographic file: South America, Venezuela. Box 2.207/E204, ExxonMobil Collection. Dolph Briscoe Center for American History. Austin, Texas, 34, (en adelante Briscoe Center).

¹³ BETANCOURT, *Venezuela...*, *ob. cit.*, 291; B. S. MCBETH, *La política petrolera venezolana: una perspectiva histórica, 1922-2005* (Caracas: Universidad Metropolitana, 2014), 46.

¹⁴ Marcus GOLDING, “Negotiating Differences: Conciliation and Collective Bargaining in the Venezuelan Petroleum Industry” (manuscrito no publicado, marzo 27, 2022), 27.

movimiento sindical petrolero ocurrió en 1944, abriendo espacio para la irrupción y expansión de los adecos en ese sector. En 1948, Acción Democrática expulsó a miembros del Partido Comunista de Venezuela de la recientemente creada Federación de Trabajadores Petroleros de Venezuela, dejando a esta tolda política en una situación precaria.¹⁵ La exclusión de los “rojos” facilitó la cooperación entre líderes sindicales reformistas y las corporaciones petroleras que concluyó en la firma del primer contrato colectivo en la historia de la industria ese mismo año.¹⁶ Este contrato pasó a renovarse aproximadamente cada tres años e incluía sustanciosas mejoras socioeconómicas y de salarios para los trabajadores y sus familias.

El nuevo gobierno militar (1948-1958) que derrocó al presidente Gallegos el 24 de noviembre de 1948 canceló la política de no más concesiones petroleras de los gobiernos adecos anteriores y favoreció una mayor producción de crudo. Al tiempo que la junta militar desregulaba el sector de hidrocarburos, recrudeció su represión sobre el movimiento laboral organizado. Los trabajadores petroleros experimentaron un declive en su organización durante esta década de bonanza. Después del golpe de Estado de 1948, la junta militar ilegalizó a Acción Democrática y hostigó a sus líderes sindicales. Los comunistas perdieron el control restante que tenían sobre los sindicatos aceiteros después de coordinar un intento fallido de huelga el 3 de mayo de 1950 en asociación con elementos clandestinos de Acción Democrática. La proscripción de esta tolda política se dio de manera inmediata por parte del gobierno del general Marcos Pérez Jiménez (1952-1958). Toda la industria experimentó una ola de desafiliación sindical debido a la represión estatal. En las instalaciones de la Creole, el porcentaje de sindicalización cayó del 70 por ciento antes

¹⁵ Luis LAURIÑO, “Aproximación a la Historia del Sindicalismo Venezolano 1920-1999”, en *Venezuela: República Democrática* (Barquisimeto, Venezuela: Asociación Grupo Jirahara, 2011), 12.

¹⁶ Juan Bautista FUENMAYOR, *Historia de la Venezuela política contemporánea, 1899-1969*, vol. 7 (Caracas: s.n., 1975), 229, 326-27.

del golpe de Estado a 10 por ciento o menos después de 1948.¹⁷ Sindicatos controlados por el gobierno continuarían negociando subsecuentes contratos colectivos con las petroleras.

Para cuando las protestas cívicas y las acciones militares depusieron a Pérez Jiménez el 23 de enero de 1958, las compañías petroleras se habían aprovechado de una década financiera extraordinaria. Las concesiones petroleras fortalecieron su control sobre la industria de hidrocarburos. Un movimiento laboral petrolero desarticulado ofrecía poca oposición. Sin embargo, muchos venezolanos resentían el beneficio económico acumulado por estas firmas extranjeras durante la dictadura militar. Sentimientos antiamericanos reemergieron una vez que Rómulo Betancourt se convirtió en el nuevo presidente democráticamente elegido del país el 13 de febrero de 1959.¹⁸

25

No obstante, esta tendencia estaba lejos de ser uniforme. Una mirada más detallada a las inversiones que la Creole realizó en cultura, agricultura, medios de comunicación, responsabilidad social e industrias revela un panorama más complejo. Estas demuestran las estrategias que el capital foráneo empleó para combatir las críticas a nivel doméstico y mitigar la influencia del nacionalismo petrolero. También habla sobre la compleja relación que los venezolanos desarrollaron con las empresas petroleras americanas y británicas durante la era de bonanza de las décadas de 1940 a finales de 1950.

Percepciones sobre la identidad nacional fuera de los campos petroleros

Esta sección aborda la temprana penetración de la Creole Petroleum Corporation en la radio y la televisión. La expansión de los medios de comunicación de esta empresa expone una estrategia enfocada en

¹⁷ Wayne CHATFIELD TAYLOR, John LINDEMAN, and Víctor LÓPEZ ROJAS, *The Creole Petroleum Corporation in Venezuela* (Washington D.C: National Planning Association, 1955), 69.

¹⁸ *Ibíd.*, 89

influenciar directamente las ideas que los venezolanos mismos tenían sobre su país a través de la promoción de la cultura nacional, la historia, el folklore y la música. *El Farol* constituyó el medio de comunicación más detallado y especializado con una circulación amplia entre el público dedicada a las actividades de esta corporación (ilustración 1).

**Ilustración 1: edición de un número de *El farol*
(junio 1949).**



Arte por el artista venezolano Carlos Cruz Diez (1923-2019).
Foto cortesía de Caracas en Restrospectiva (mariafsigilo.blogspot.com).

La imagen pública de la Creole no se confinaba solamente a las relaciones de la empresa con sus trabajadores en los campos petroleros. La firma entendía que, para mantener su rol predominante en la economía

del país, los ejecutivos de la compañía tenían que cultivar una opinión pública fuera de sus instalaciones. La Creole logró esto a través de la considerable expansión de sus medios de comunicación entre 1941 a 1953.

Sus competidores más cercanos imitaron el crecimiento comunicacional de la Creole adoptando estrategias similares. La Royal Dutch Shell produjo *Tópicos Shell* y *Revista Shell*, y la Corporación Gulf creó *El Disco Anaranjado*, los cuales circulaban para sus empleados y el público en general. El esfuerzo por expandir el alcance comunicacional de estas firmas reflejaba su creciente compromiso financiero en la Venezuela de las décadas de 1940 y 1950. La industria petrolera prácticamente duplicó su fuerza de trabajo de 22.000 en 1941 a 46.000 en 1949. Durante ese mismo periodo las inversiones directas totales en el sector hidrocarburos promediaron 2.029 millones de dólares americanos mientras la producción de crudo se triplicó desde sus niveles en 1943 para alcanzar 1.4 millones de barriles por día.¹⁹ La Creole incrementó su producción de 179.383 a 622.194 barriles por día, pagando un total de 2.540 millones de dólares en impuestos y cosechando ganancias por 1.868 millones de dólares netos entre 1951 y 1943. Aproximadamente, el 47 por ciento del oro negro producido en el país le pertenecía a la Creole.²⁰ Un mercado crucialmente importante y rentable requería de un aparato comunicacional fuerte.

27

La expansión de la Creole a la radio no tomó mucho tiempo. Las primeras transmisiones por radio iniciaron en la década de 1930 con la 1BC-Broadcasting Caracas creada por el empresario norteamericano, William H. Phelps. Treinta nuevas estaciones de radio se fundaron

¹⁹ Precios calculados a la tasa de cambio de 3.09 bs por dólar. Alejandro CÁCERES, “Sector Petróleo: desarrollo de una industria en volatilidad”, en *La economía venezolana en el siglo XX: perspectiva sectorial*, ed. Fernando SPIRITTO y Tomás STRAKA (Caracas: Abediciones, 2019), 55; Asdrúbal BAPTISTA, *Bases cuantitativas de la economía venezolana, 1830-2002* (Caracas: Fundación Empresas Polar, 2006), 107–111, 446–49.

²⁰ Efraín E. BARBERII, *De Los Pioneros a La Empresa Nacional 1921 1975 - La Standard Oil of New Jersey En Venezuela* (Caracas: Lagoven - Ateneo De Caracas, 1997), 244.

adicionalmente en esa década.²¹ Solo un año después de la inauguración de la revista *El Farol*, la Creole ya entendía el poder comunicacional de las ondas radiales. En 1940, la compañía lanzó *La Hora Cultural* para educar y entretener a los venezolanos sobre la historia de su país.²² Dos años después, la corporación complementó su menú radial con un nuevo canal llamado el *Reporter Esso*.²³ Este medio noticiero ofrecía a los venezolanos las noticias más recientes emitidas por la United Press Association, una de las más importantes agencias informativas en el mundo como se observa en la ilustración número 2. La casa matriz Jersey Standard replicó este esfuerzo radial en otras partes de Latinoamérica también, patrocinando el mismo programa informativo a través de sus subsidiarias en países como Brasil.²⁴

28

La Hora Cultural inició como un programa enfocado en promover la música venezolana. Sin embargo, muy pronto se constituyó en un programa muy popular entre los radios oyentes al dedicarle segmentos a la historia del país. Para muchos venezolanos que sintonizaban *La Hora Cultural* “entre los diferentes programas radiales, el dedicado a los estados del país tiene un particular gusto en toda la nación”.²⁵ El programa combinaba educación con entretenimiento.

La transmisión de música criolla se volvió muy popular entre los venezolanos, lo que llevó a los estudios de radio a expandir sus instalaciones y crear auditorios modernos donde bandas y orquestas se presentaban.

²¹ Carlos Alarico GÓMEZ, *Oswaldo Yepes y El Museo de La Radio: Historia de La Comunicación Audiovisual* (Caracas: Fundación para la Cultura Urbana, 2009), 6.

²² “La Hora Cultural Esso”, *El Farol*, febrero 1942.

²³ “El Reporter Esso”, *El Farol*, febrero 1942; “Creole Petroleum Corporation, Annual Report 1943” April 22, 1944, Geographic file: South America, Venezuela. Box 2.207/E204, Briscoe Center, 14. Esso era la compañía subsidiaria a cargo de mercadear productos aceiteros en Venezuela. Era el sponsor de programas de radio y TV producidos por la Creole Petroleum Corporation.

²⁴ WOODARD, *Brazil's Revolution in Commerce*, 121, 178-179.

²⁵ “Hora Cultural Esso: ¿Sabe Usted Leer?”, *El Farol*, marzo 1943.

Ilustración 2: El gerente deportivo José A. Casanova celebra los recientes logros de los atletas venezolanos desde los estudios de Ondas Populares.



29

Foto cortesía de la Benson Latin American Collection, Universidad de Texas en Austin.

El éxito de estos eventos fue tal que los productores recibían cartas de felicitaciones de todas partes de la nación al tiempo que presenciaban auditorios llenos de fans de la música.²⁶ Algo similar sucedía en los estudios de *Ondas Populares* donde auditorios a máxima capacidad contribuían “a potenciar las magníficas presentaciones de todos los artistas” que visitaban la estación de radio. Las orquestas que tocaban en *Ondas Populares* eran parte de otro programa musical creado por la

²⁶ *Ídem.*

corporación. Bajo el nombre de *Variedades Esso* el principal objetivo de la Creole se enfocó en “apoyar a los artistas venezolanos cuyas virtudes y talentos naturales los hacen recipientes de la simpatía popular”, como indica la ilustración número 3.²⁷

Ilustración 3: Actores venezolanos en uno de los programas patrocinados por la Creole, Variedades Esso.



Foto cortesía de la Benson Latin American Collection, Universidad de Texas en Austin.

La historia también constituyó un componente clave en la programación de radio patrocinada por la Creole con música y segmentos sobre historia alternándose. Algunas veces un programa tocaba música seguido de una sección sobre historia en formato de cuento, o en la forma de concurso con preguntas respondidas por la audiencia y premios para los ganadores. En otras ocasiones los productores empleaban la música para narrar episodios históricos. *La Hora Cultural* creó *Entidades de la*

²⁷ “Variedades Esso”, *El Farol*, octubre 1944.

República, un show que combinaba música e historia para describir la cultura regional y la geografía del país.²⁸ La combinación de música e historia sirvió para crear una idea de identidad y costumbres venezolanas diseñada por la Creole.

La devoción de la compañía hacia la historia y música locales contribuyó a conectar a los venezolanos culturalmente. La Creole influenciaba directamente las representaciones culturales del país reuniendo las tradiciones de regiones y comunidades remotas y trayéndolas al hogar de todos los nacionales con acceso a una radio. A través de la música y el folklore, las personas en lugares lejanos, como los Andes en el occidente de la nación, o las comunidades costeras de Carúpano en el este, podían por primera vez conocer la cultura del otro y participar en la construcción de una noción de identidad más amplia.

31

La Creole no dudó en acordar con emisoras de otras ciudades y regiones de Venezuela la producción de programas que promovieran una versión del nacionalismo venezolano construida por la misma empresa. Para 1942 la compañía colaboró con *Voces de Anzoátegui* y *Ondas de Neverí* para llevar *La Hora Cultural* a la ciudad de Barcelona.²⁹ Esta cooperación coincidió con la expansión de las actividades de exploración y producción de la firma en la región oriental de Venezuela.

La Creole simultáneamente empleó medios impresos y radiales de comunicación para transmitir su visión de la nación. La radio algunas veces servía como una extensión de la revista corporativa de la compañía. *El Farol* publicó varias ediciones que informaban a los lectores sobre los estados y territorios de Venezuela. Estos segmentos incluían información respecto a la ciudad capital de la provincia, la geografía y estadísticas respecto a la entidad federal correspondiente. *La Hora Cultural* recogía estos segmentos escritos para después contribuir “en la diseminación de

²⁸ “La Hora Cultural”, *El Farol*, abril 1943.

²⁹ “La Hora Cultural Esso”, *El Farol*, mayo 1942.

esa información a través de la radio”.³⁰ Programas populares de radio como *Entidades de la República* encontraban inspiración directa en las secciones escritas de *El Farol*.

32 El enfoque de la Creole en contenido principalmente educativo es un contraste interesante con la programación de las compañías manufactureras americanas y de similar perfil en otras partes de Latinoamérica. Por ejemplo, concursos, telenovelas, shows musicales y transmisiones de fútbol en vivo dominaban la radio y la televisión en Brasil.³¹ Quizá la naturaleza extractiva de las compañías petroleras las llevaba a una programación menos comercial y más de divulgación cultural. Después de todo, la venta de automóviles y electrodomésticos poseían dimensiones tangibles para el consumidor. El petróleo, además de ser un tema públicamente más sensible por su carácter de recurso natural, era más elusivo, ocultándose la mayoría de las veces del ojo humano, en estaciones de gasolina, tanqueros y oleoductos. En cualquier caso, la difusión de contenido patrocinado por la empresa de manera escrita y radial no pasó desapercibida entre los venezolanos. La gente respondió de manera entusiasta a los esfuerzos culturales realizados por la firma aceitera.

El Farol ofrece una ventana importante, aunque mediada, en relación a la opinión de los nacionales sobre la labor cultural de la Creole recogidas por esta revista corporativa. Algunos ciudadanos alababan el carácter venezolano y genuino de los programas patrocinados por la compañía, y cómo los unía como miembros de una misma nación. Elena Montilla, de la ciudad de Valencia, manifestaba en una carta el placer de escuchar la radio porque los shows eran “genuinamente venezolanos presentándonos la música y costumbres de las regiones más remotas del país”. Salvador Castillo, residente de Ciudad Bolívar, aplaudía los programas radiales porque contribuían a la formación de una “idea de

³⁰ “Editorial”, *El Farol*, octubre 1943.

³¹ WOODARD, *Brazil's Revolution in Commerce*, 180.

nación en las mentes de los radio oyentes quienes tienen la oportunidad de conocer a Venezuela a través de la compañía”.³² Estos testimonios ofrecen indicios de los esfuerzos de la Creole en transformar e influenciar las percepciones sobre desarrollo e identidad nacional fuera de las paredes de esta empresa.

La estrategia comunicacional de la Creole estuvo enfocada en ciertos grupos importantes. Para 1944, *El Farol* tenía un universo de suscriptores de cerca de 40.000 personas. En un país con cerca de cuatro millones de habitantes esto significó que al menos el 1 por ciento de la población leía la revista de la Creole.³³ De acuerdo con estos datos, estas cohortes consistían en los segmentos más educados y preparados del país.

El Farol distribuía a sus suscriptores en once categorías. Aquellas que concentraron más lectores, eran generalmente profesionales, comerciantes y estudiantes.³⁴ La primera categoría es difícil de precisar. Los profesionales constituían un segmento ambiguo con 6.910 suscritos. Probablemente incluyó a todo aquél con un diploma escolar o un título universitario. Sin embargo, ¿cuántos de todos ellos pudieron pertenecer a las cohortes gerenciales de la Creole? El artículo no provee mayores detalles, pero no sorprendería si incluyera centenares de ejecutivos trabajando para la compañía.

Los comerciantes incluían 7.096 lectores conformados mayoritariamente por hombres de negocios involucrados en la comercialización de productos. Un ejemplo de este grupo era Porfirio Betancourt, un empresario de Caracas. Él solicitó suscripciones adicionales de *El Farol* para ser entregadas en su domicilio comercial de tal manera que sus empleados “pudiesen leerla cada mes y apreciar cómo los trabajadores

³² “Lo que dicen nuestros lectores”, *El Farol*, mayo 1942.

³³ “XIV Censo Nacional de Población y Vivienda”, 2011. Instituto Nacional de Estadística. Ministerio del Poder Popular del Despacho de la Presidencia y Seguimiento de la Gestión de Gobierno. Venezuela, 13.

³⁴ “Quiénes y cuántos son los lectores del El Farol”, *El Farol*, junio 1946.

se pueden motivar ellos y a su empleador, beneficiando a todos”.³⁵ Este testimonio revela que para algunos dueños de empresa el compromiso de la Creole en fomentar la cooperación entre el patrono y el trabajador en las relaciones laborales pudo haber servido como modelo a imitar en otros negocios.

Los estudiantes constituían el segmento más importante de lectores para la Creole. La futura élite de Venezuela incluyó 8.091 suscriptores, casi un cuarto de las 40.000 ediciones impresas mensuales. *El Farol* argumentaba que la popularidad de la revista entre este grupo se debía a su “estilo simple, moderno e instructivo”.³⁶ Los extensos artículos sobre geografía, historia y cultura del país demuestran el carácter pedagógico de la publicación corporativa. No es coincidencia que *La Hora Cultural* y otros programas radiales patrocinados por la firma tuviesen un componente de historia, música y folklore en su programación. Estas cifras revelan el alcance de la Creole entre los segmentos más preparados y educados de los venezolanos.

Es llamativo que *El Farol* se hiciera popular entre las categorías de profesionales y comerciantes. Esto indica una preocupación especial por captar las simpatías de una creciente clase media. La atención de la Creole sobre los estudiantes en su lugar demuestra el interés de la compañía en las futuras generaciones que vendrían a engrosar las clases profesionales y obtener trabajos en la administración pública donde tendrían poder de decisión sobre las políticas petroleras del país. La revista de esta corporación también servía otro propósito práctico, combatir la crítica que pudiese emerger de medios de comunicación locales.

Una breve comparación con los periódicos en circulación en Caracas demuestra la diversidad ideológica de su esfera pública para 1941. *Ahora* presentaba una posición editorial de izquierdas anti-capital extranjero, indicaba un estudio preparado por la embajada norteamericana.

³⁵ “Lo que dicen nuestros lectores”, *El Farol*, mayo 1944.

³⁶ “Quiénes y cuántos son los lectores del El Farol”, *El Farol*, junio 1946.

Demandada entre las “clases populares”, este periódico llegaba a 18.000 personas en la capital. *Fantoches* mostraba una tendencia ideológica similar circulando una vez cada semana. *El Universal* y *El Heraldo* seguían en segundo lugar con 12.000 y 17.000 lectores cada uno. Ambas presentaban perspectivas mixtas oscilando entre la crítica y el apoyo a la inversión petrolera americana. El único medio pro-negocios en ese momento era *La Esfera*, con un universo de lectores de 12.000 suscriptores.³⁷ La emergencia de *El Farol* en 1939 sirvió para contrarrestar una esfera pública fraccionada pero dominada por la prensa de izquierda.

El esfuerzo de la Creole por desarrollar su propia narrativa también penetró en otro tipo de medios de comunicación trascendiendo la radio y la prensa. Al promover la cultura local a través de estos canales, las compañías extranjeras interpretaban a su manera la historia nacional y presentaban sus actividades en el país con un halo nacionalista. Intelectuales nacionales apoyaron estas iniciativas culturales mediante el desarrollo de guiones para los programas de radio, y escribiendo y editando las secciones de la revista. La Creole abrió las puertas de estos medios de comunicación a los mejores artistas que el país podía ofrecer. Arturo Uslar Pietri, Reyna Rivas o Carlos Cruz Diez constituyeron una muestra pequeña de una sección más amplia de famosos autores y artistas que colaboraron con el aparato comunicacional de la Creole. Pronto su influencia se extendería al reino de la televisión con los primeros pasos de esta empresa en la naciente industria televisiva.

La Creole entró en el negocio de la radio para promover su propia visión de Venezuela y muy pronto hizo lo mismo en la televisión. Venezuela comenzó sus primeras transmisiones televisivas en noviembre de 1952 a través de *Televisora Nacional*, una compañía estatal. Al siguiente año agregó nuevos programas mientras el sector privado entraba en el negocio con *Televisa*.

³⁷ Frank CORRIGAN, “Review of the Caracas Press”, August 12, 1941, RG 84. Records of Foreign Service Posts of the Department of State. US Legation & Embassy, Caracas. Box 7, National Archives and Records Administration.

La empresa aceitera invirtió en una tercera firma de televisión. El 15 de noviembre de 1953, *Radio Caracas Televisión* inició transmisiones.³⁸ Pepsodent, Esso, Lucky Strike y Almacén Americano patrocinaron la estación de televisión. Ese mismo día, la Creole debutó al lanzar *El Farol TV*, un canal orientado hacia la promoción de la cultura venezolana. Parecido a su contraparte radial, la Creole priorizó música, historia y noticias en su menú televisivo.

Entre los primeros shows televisivos que *El Farol TV* produjo se encuentran producciones locales enfocadas en exaltar “los sentimientos nacionales más puros”. La Creole pronto transmitió *El Nacimiento de Venezuela*, *Guaicaipuro*, *El Negro Miguel* y *Aguirre el Tirano* escritos por Mariano Picón Salas, uno de los intelectuales más renombrados de la época.³⁹ Todas estas producciones se centraban en figuras históricas del pasado colonial de Venezuela. La Creole complementaba estos programas de historia con noticieros informativos.

El Farol TV simultáneamente lanzó al aire *El Observador Creole*, un programa de noticias que muy pronto se convirtió en el más popular entre los venezolanos. En 1956, el noticiero recibió un premio por parte de la industria televisiva como el mejor canal informativo del país.⁴⁰ La extensa influencia de *El Observador Creole* duraría décadas. Después de que la Creole mudara sus inversiones comunicacionales a otra estación televisiva a inicios de la década de 1970, *Radio Caracas Televisión* rebautizó el noticiero bajo el nombre de *El Observador*. Este se mantuvo con ese nombre como una de las principales fuentes de información de los venezolanos hasta su última transmisión en el año 2012, debido a conflictos con el gobierno de Hugo Chávez (1999-2013).

La Creole opinaba abiertamente respecto a cuál debería ser el rol de la televisión en Venezuela. De acuerdo al artículo “La Televisión ya llegó”,

³⁸ GÓMEZ, Oswaldo Yepes y *El Museo de La Radio*, 46.

³⁹ “Ya llegó la televisión”, *El Farol*, diciembre, 1953.

⁴⁰ “Informe anual 1955”, *El Farol*, febrero, 1956.

los guionistas, productores y editores tenían una gran responsabilidad de transformar la televisión en una escuela de enseñanzas que contribuyese al progreso cultural de la nación. La Creole proponía la producción de una programación con “sentido venezolano en el cual cada programa nos haga amar lo que es nuestro, aquello a lo cual pertenecen nuestras tradiciones y nos enorgullece”.⁴¹ Para la petrolera defender la cultura nacional es lo que motivaba el carácter educativo de sus programas, fuera en la radio o en la televisión. Esta estrategia comunicacional caracterizó la expansión de los medios comunicacionales de la compañía con el objetivo principal de influenciar ideas sobre identidad nacional y desarrollo a través del uso de imágenes y sonidos.

Los medios de comunicación de la Creole también servían otros propósitos. Los políticos venezolanos a menudo denunciaban el poder cultural y financiero de las compañías petroleras foráneas. Juan Bautista Fuenmayor, secretario general del Partido Comunista de Venezuela (1937-1946), consideraba las acciones de Henry E. Linam (1932-1943) en el país como intrusivas. Para Fuenmayor, el presidente de la Standard Oil Company of Venezuela, predecesora de la Creole, participaba “intensamente en las actividades políticas del país”. De acuerdo al líder comunista, el americano contaba con una red de colaboradores nacionales con conexiones dentro de los ministerios de gobierno.⁴² La administración de Medina Angarita expulsó a Linam del país por su terca (y solitaria) oposición a la Ley de Hidrocarburos de 1943. Rómulo Betancourt, un enemigo acérrimo de los comunistas, coincidía. Explicaba cómo las corporaciones petroleras empleaban la prensa para influenciar la opinión pública. Mediante editoriales y artículos, las firmas aceiteras argumentaban a menudo que “si los impuestos subían en el país, tendría que considerar mover su producción al Medio Oriente”.⁴³

⁴¹ “Ya llegó la televisión”, *El Farol*, diciembre 1953.

⁴² FUENMAYOR, *Historia de la Venezuela ...*, ob. cit, vol. 4, 35.

⁴³ BETANCOURT, *Venezuela...*, ob. cit, 286.

Las concesionarias continuaron moldeando la opinión pública en la década de 1950. Las firmas extranjeras expandieron su influencia doméstica a través de campañas de prensa.⁴⁴ Mediante artículos y editoriales publicados en periódicos nacionales las compañías advertían al público de las consecuencias negativas para el país de impuestos altos y una política gubernamental de no más concesiones. La Creole incluso invitó a economistas americanos a Venezuela para que hablaran sobre la importancia de la inversión extranjera en la economía nacional.⁴⁵ Esta campaña publicitaria rindió frutos cuando el gobierno otorgó nuevas concesiones petroleras en 1956.

Durante la década de 1940 la Creole creó nuevos medios de comunicación. Lo logró invirtiendo en radio y televisión. En la radio, la compañía empleó el folklore, la música y la historia para promover la cultura nacional. *La Hora Cultural*, *Variedades Esso*, *Reporter Esso*, y otros programas entretenían, informaban y educaban a los venezolanos sobre su propio país. Este enfoque de la Creole se elevó a un nivel superior con las inversiones realizadas en la industria televisiva. La empresa influenció percepciones populares sobre la identidad del país mediante shows históricos y musicales transmitidos por *El Farol TV*.

Importantes segmentos de la sociedad como la clase media y los estudiantes fueron influenciados por la estrategia comunicacional de la firma. Las campañas mediáticas de la compañía también sirvieron para contrarrestar cualquier crítica doméstica a sus actividades en el país. La Creole se sintió llamada a demostrar que su involucramiento con el bienestar del país no finalizaba en el sector de hidrocarburos. En la década de 1940 y 1950 la firma invirtió en agricultura, la promoción de industrias locales, y el fomento a las actividades filantrópicas en el país. La corporación parecía estar en todos lados.

⁴⁴ Juan Bautista FUENMAYOR, *Historia de la Venezuela...*, ob. cit, vol. 8, 63.

⁴⁵ BETANCOURT, *Venezuela...*, ob. cit, 780-781, 867-890.

La Creole omnipresente: agricultura, industrias nacionales y filantropía

Las compañías petroleras se aprovecharon de manera significativa de las políticas favorables al capital extranjero y del otorgamiento de concesiones por parte de la dictadura militar entre 1948 y 1958. Por ejemplo, en ese periodo la producción petrolera se duplicó, llegando a 2.6 millones de barriles diarios, mientras el empleo en la industria se mantuvo constante en aproximadamente 45.000 empleados. La inversión directa en el sector de hidrocarburos se elevó a un 73 por ciento, promediando 2.968 millones de dólares americanos. El PIB del país también se duplicó con el petróleo contribuyendo aproximadamente a la mitad de ese crecimiento (tabla 1).⁴⁶ Finalmente, el gobierno concedió 161 mil hectáreas de tierra a la explotación petrolera en 1956, elevando a 2 millones y medio de hectáreas el territorio bajo control de capital foráneo.⁴⁷

39

Los datos financieros de la Creole confirman la tendencia favorable hacia las inversiones norteamericanas en Venezuela. La firma produjo 3.381 millones de barriles entre 1950 y 1959, cosechando 2.500 millones de dólares en ganancias netas. Por ejemplo, para 1954 Creole generó 240 millones de dólares en ganancias, que constituyeron casi un 40 por ciento de las ganancias globales de Jersey Standard. Para 1955, esa proporción se elevó a 42 por ciento.⁴⁸ Para Arthur T. Proudfit, el presidente de la Creole, las elevadas ganancias permitían un sistema de gasto social generoso que incluía modernas casas con rentas rebajadas, un sistema de salud y educación gratuitos, alimentos subsidiados e instalaciones recreativas para los trabajadores y sus familiares.⁴⁹ Las grandes ganancias derivadas

⁴⁶ CÁCERES, “Sector Petróleo...”, *ob. cit.*, 59; BAPTISTA, *Bases cuantitativas de la economía venezolana, 1830-2002*, 60–63.

⁴⁷ BETANCOURT, *Venezuela...*, *ob. cit.*, 804.

⁴⁸ BARBERII, *De Los Pioneros a La Empresa Nacional*, 268; BETANCOURT, *Venezuela...* *ob. cit.*, 815.

⁴⁹ PROUDFIT, “Before the United States Tariff Commission Statement on Behalf of the Creole Petroleum Corporation by Arthur T. Proudfit, 1952. Box 2.207/L13d, Briscoe Center, 7”.

de la venta del petróleo también hicieron posible la inversión de recursos fuera del sector petrolero.

El interés de la Creole en el desarrollo económico nacional también benefició a la agricultura y otras industrias básicas. *El Farol* registra en sus páginas el apoyo técnico de esta compañía a los agricultores locales y la creación de industrias agrícolas a través de su participación en la Corporación de Economía Básica Venezolana.⁵⁰

Con la expansión de la industria petrolera en la segunda década del siglo XX la producción agrícola venezolana empezó a estancarse. Para la siguiente década el país se convirtió en un importador neto de alimentos. Las causas de este declive precedían al negocio petrolero, pero se aceleraron bajo el mismo. La agricultura venezolana se mantuvo a una escala regional durante los siglos XIX y XX, especializándose en algunas cosechas como el café y el cacao.⁵¹ Percatándose del grave problema en la producción de alimentos, la Creole diseñó planes técnicos para impulsar la producción agrícola.

Tabla 1: Crecimiento del producto interno bruto real por sectores 1948-1958.

Real Gross Domestic Product by Sectors (Millions of bolivares of 1984)							
	1948	1949	1950	1951	1952	1953	1954
Oil	53,082	53,122	56,659	75,541	75,207	72,898	76,853
Rest of the economy	60,019	63,854	62,900	66,532	72,960	76,183	85,597
GDP Total	113,101	116,979	119,559	142,073	148,167	149,081	162,550

Basado en Baptista, Bases cuantitativas de la economía venezolana, 60-63.

⁵⁰ The Venezuelan Basic Economy Corporation.

⁵¹ TINKER SALAS, *The Enduring Legacy*, 81.

La Creole asistió a agricultores locales comprándoles alimentos destinados a los campos petroleros. La firma les suministraba “cajas y transportes de la compañía para recoger las cosechas en los pueblos circundantes”. Adicionalmente, la Creole asistía a pequeños agricultores en la diversificación de sus cosechas al proveerles semillas.⁵²

¿Por qué a la Creole le importaba todo esto? *El Farol* argumentaba que la producción petrolera no era la causante de socavar la agricultura en Venezuela y resaltaba que ambas actividades económicas se apoyaban y estimulaban la una a la otra. La Creole creía que al crecer la producción en el país se reducirían los precios de los alimentos beneficiando a Venezuela y a la industria petrolera. Por esa razón, la firma se involucró con la producción agrícola y ganadera “en un esfuerzo sincero y amistoso de colaboración con el objetivo de que una Venezuela más grande y fuerte emergerá”.⁵³

41

La Creole le otorgó un trato preferencial a los productos nacionales siempre y cuando tuviesen una calidad y precios similares a sus contrapartes extranjeras (ilustración número 4). Para 1954, la Creole había comprado 32 millones de bolívares o aproximadamente 10 millones de dólares en productos venezolanos, de los cuales casi un tercio correspondía a productos alimenticios ofertados en los comisariatos de la empresa, las cafeterías, y en los hospitales de los campos petroleros.⁵⁴

Ayudar a los agricultores venezolanos se convirtió en un estímulo indirecto a la producción nacional. Sin embargo, la compañía creía en una aproximación más directa para abordar los problemas crónicos del campo: precios altos y baja productividad. Para superar estos obstáculos, el compromiso de la Creole hacia la producción agrícola llegó a nuevos niveles al participar directamente en este rubro industrial en 1947.

⁵² “Progreso Agrícola”, *El Farol*, agosto 1942.

⁵³ *Ídem*.

⁵⁴ “La Creole cliente del mercado venezolano”, *El Farol*, junio 1955.

Ilustración 4: Productos producidos localmente comprados por la Creole (en azul) y productos importados (enrojo).

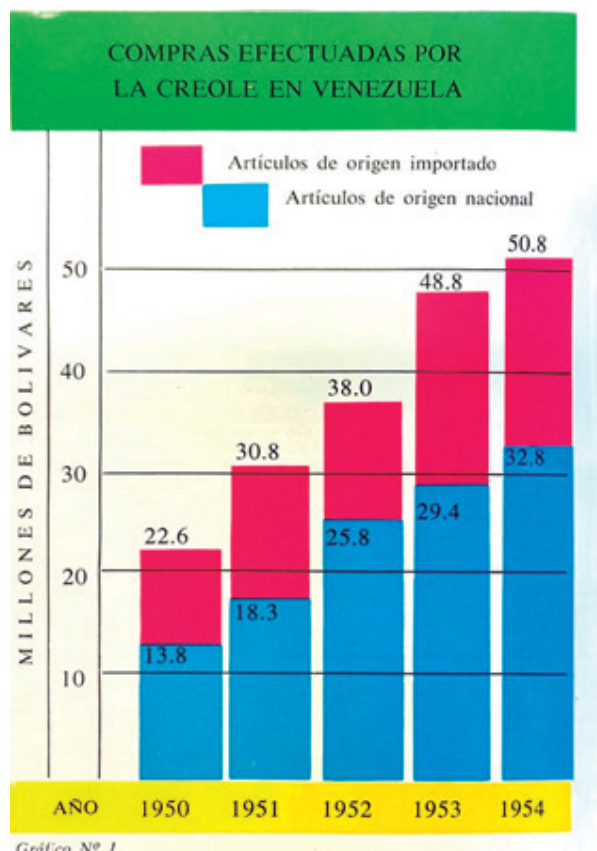


Foto cortesía de la Benson Latin American Collection, Universidad de Texas en Austin.

Nelson Rockefeller, uno de los herederos de la fortuna familiar petrolera a través de la Jersey Standard, fue testigo de las terribles condiciones de vida que enfrentaban los trabajadores en la industria petrolera venezolana. El contraste con la casa matriz no podía ser mayor. Para la década de 1930, Jersey Standard apoyaba “una forma flexible de organización en casa”, proveyendo una amplia gama de servicios sociales para sus empleados. La corporación ofrecía negociaciones colectivas, pensiones, vacaciones pagas, y un plan de ahorros. La empresa describía sus políticas de gastos sociales como un ejemplo “del carácter progresista

y democrático de las industrias norteamericanas”.⁵⁵ Durante el breve periodo de Rockefeller como ejecutivo de la Creole en la década de 1930, concibió un modelo similar de responsabilidad social empresarial para la industria petrolera venezolana.

Aunque las políticas gerenciales liberales de la Creole tienen antecedentes en la cultura corporativa de la casa matriz, la subsidiaria mostraba también unas características propias. La experiencia de hombres de la Creole como Rockefeller y Proudfit en Venezuela influenciaron las políticas locales de la empresa.⁵⁶

Ilustración 5: Arthur T. Proudfit, Presidente de la Creole Petroleum Corporation (1945–1953/1959–1961).



43

Foto cortesía de la Benson Latin American Collection, Universidad de Texas en Austin.

La firma ofrecía programas sociales similares a aquellos existentes en los Estados Unidos en 1940. Después del 14 de junio de 1946, la

⁵⁵ An Introduction to Standard Oil Company (New Jersey) (New York, 1957), 19-21.

⁵⁶ Darlene RIVAS, *Missionary Capitalist: Nelson Rockefeller in Venezuela*. (Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2001), 24-27.

corporación también participó en negociaciones colectivas reguladas por el Estado con contratos que cubrían a los trabajadores de toda la industria y que eran renovados cada tres años aproximadamente. Más allá de las puertas de la compañía, la Creole invertía sumas considerables en actividades no petroleras, algo inusual para la casa matriz en sus actividades en Estados Unidos o para otras subsidiarias alrededor del mundo.⁵⁷ La idea de Rockefeller sobre una compañía petrolera responsable socialmente constituyó una parte crucial de una visión más amplia sobre un “capitalismo reformado” preocupado por las necesidades de los trabajadores y sus comunidades.

44

Siguiendo la filosofía de un “capitalismo reformado”, Rockefeller creó una corporación independiente dedicada a su visión económica particular del capitalismo. La Corporación de Economía Básica Venezolana, una subsidiaria de la Corporación de Economía Básica Internacional, fue fundada en 1947. El gobierno venezolano participó en este proyecto con una inversión sustancial por parte de las empresas petroleras foráneas. La Corporación de Economía Básica Venezolana no pasó desapercibida. Partidos políticos y grupos de negocios criticaron la penetración del capital petrolero en el sector agroindustrial. Los demócrata-cristianos y las casas comerciales domésticas argumentaban que esta iniciativa afectaba los intereses de los comerciantes locales. El Partido Comunista de Venezuela y la Unión Republicana Democrática, una organización de centro izquierda, se oponían al proyecto. De acuerdo con ellos esta medida solo contribuía a incrementar la dependencia de Venezuela hacia las inversiones americanas.⁵⁸ A pesar de una oposición considerable en el Congreso, la legislatura dominada por Acción Democrática defendió

⁵⁷ Robert Vitalis resalta el inusual caso de la Creole en la historia de las subsidiarias petroleras en el mundo en términos de sus políticas liberales de gerencia y la integración de trabajadores nacionales a todos los niveles de la jerarquía de la compañía. Robert VITALIS, *America's Kingdom: Mythmaking on the Saudi Oil Frontier* (London: Verso, 2009), 22, 24.

⁵⁸ FUENMAYOR, *Historia de la Venezuela...*, ob.cit., vol.7, 220–23; BETANCOURT, *Venezuela...*, ob. cit, 333.

a la Corporación Básica de Economía Venezolana y apoyó la decisión del gobierno nacional de cooperar con las compañías petroleras americanas y británicas.

La iniciativa de Rockefeller emergió a partir de su preocupación general sobre “la baja productividad agrícola y los altos costos de vida”.⁵⁹ Él concibió a esta corporación como un conglomerado de diferentes industrias que se enfocarían en la agricultura, el ganado, la pesca y la distribución y venta de los productos a los consumidores.⁶⁰ La filosofía detrás de este proyecto buscaba demostrar que la aplicación de técnicas americanas podía elevar y modernizar la producción agrícola. Sin embargo, a algunas de estas compañías les fue mejor que a otras.

Ilustración 6: La Compañía de Producción Agrícola importó 150 vacas de Texas para sus operaciones de ganado en Valle de Chirgua, Agua Blanca y Hacienda Bolívar

45



Foto cortesía de la Benson Latin American Collection, Universidad de Texas en Austin.

⁵⁹ TAYLOR, LINDEMAN and LÓPEZ ROJAS, *The Creole...*, ob. cit., 34.

⁶⁰ “Contribución del petróleo al desarrollo de la Agricultura”, *El Farol*, noviembre 1948.

La corporación creó la *Compañía de Producción Agrícola* para manejar las cosechas y la producción de ganado en haciendas ubicadas en los estados Miranda, Portuguesa y Carabobo (Ilustración 7). Esta corporación también consideró el potencial de los productos del mar en la alimentación del país. En el oriente de Venezuela la firma estableció *Pesquerías Caribe*, dedicada a complementar la dieta nacional con pescado.⁶¹ En Puerto La Cruz y la isla de Margarita, la compañía invirtió en sistemas de refrigeración, y en expandir los terminales de los puertos para incrementar el almacenamiento de pescado. La ilustración número 7 muestra las diferentes inversiones de la Corporación de Economía Básica Venezolana en todo el país.

46

Ilustración 7: Principales inversiones no petroleras por parte de la CBEV. Mapa del autor.



Ilustración 7: Principales inversiones no petroleras por parte de la CBEV. Mapa del autor. Legenda: 1. Supermercado; 2. Supermercado; 3. Pescadería; 4. Pescadería; 5. Granja avícola; 6. Campos de cosecha; 7. Ganado; 8. Ganado; Industria láctea

⁶¹ Wayne G. BROEHL, Jr., *The Case Study of The International Basic Economy Corporation* (Washington D.C.: National Planning Association, 1968), xvii.

Tanto la Compañía de Producción Agrícola como Pesquerías Caribe necesitaban de una red de tiendas para distribuir sus productos. La Compañía Anónima Distribuidora de Alimentos (CADA) empezó como una empresa mayorista, a la cual no le fue muy bien. La Corporación de Economía Básica Venezolana eventualmente la liquidó. En la década de 1950, la familia Rockefeller transformó CADA en una cadena de mercados, importando así la moderna idea de supermercados al país con el establecimiento de tiendas en Maracaibo (1948), Caracas (1954) y Valencia. Así como la Creole participó en la industria televisiva, las compañías petroleras también dejaron una marca indeleble en la manera en cómo los venezolanos hacían compras, contribuyendo a desplazar el modelo de abastos a favor de un concepto nuevo de autoservicio.⁶² CADA permaneció como una de las cadenas de supermercados privadas más famosas en el país hasta que la administración de Hugo Chávez la compró en el 2010.

47

Solo los supermercados CADA y una compañía de lácteos conocida como la Industria de Lácteos de Carabobo lograron un éxito duradero, mientras los otros intentos por promover la agricultura y la pesca encontraron dificultades (ilustración 8).⁶³ Cuando la familia Rockefeller fundó la Corporación Básica de Economía Venezolana, la Creole contribuyó con 7 millones de dólares. Se unió a la Shell, Socony-Vacuum, Mene Grande (Gulf) y la International Petroleum, las cuales juntas desembolsaron otros 6 millones de dólares. A pesar de estas inversiones, para 1954 “las compañías aceiteras dejaron de apoyar a las empresas pertenecientes a la Corporación Básica de Economía Venezolana” debido a las dificultades económicas que enfrentaron algunas de estas subsidiarias.⁶⁴

⁶² *Ibidem*, 91.

⁶³ *Ibidem*, 94, 135.

⁶⁴ TAYLOR, LINDEMAN and LÓPEZ ROJAS, *The Creole...*, ob. cit., 34.

Ilustración 8: Logo de INLACA e imagen de un supermercado CADA. Cesó operaciones en 2010.



Imágenes cortesía de Inlaca.com.ve y @tachirense89

48

Las empresas petroleras obtuvieron diferentes resultados en su involucramiento directo con el negocio de la agricultura y la producción de alimentos. Sin embargo, un área en la cual tuvieron éxito fue la creación de programas de entrenamiento local en agricultura, salud y educación. Simultáneamente a la fundación de la Corporación Básica de Economía Venezolana, el mismo grupo de negocios creó la Asociación Internacional Americana como una organización sin fines de lucro que trabajaba con el gobierno y otras agencias públicas.⁶⁵

Específicamente, la Asociación Internacional Americana lanzó tres programas. El Consejo de Bienestar Rural se enfocó en elevar los estándares de vida de las comunidades rurales. El Consejo Interamericano de Educación Alimentaria se concentró en mejorar la ingesta nutricional de los grupos más vulnerables de la población. Finalmente, la Asociación Internacional Americana ofrecía hasta 300 becas para jóvenes venezolanos con experiencia en agricultura para que se formaran en el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas en Turrialba, Costa Rica.⁶⁶ El éxito de estos programas llevó a la Creole a seguir invirtiendo en ellos. La contribución total de la compañía desde 1947 “alcanzaba los 2.7 millones de dólares”.⁶⁷

⁶⁵ American International Association.

⁶⁶ “Contribución del petróleo al desarrollo de la Agricultura”, *El Farol*, noviembre 1948.

⁶⁷ TAYLOR, LINDEMAN and LÓPEZ ROJAS, *The Creole...*, ob. cit., 35.

La corporación dedicó recursos económicos significativos al desarrollo de la agricultura, un negocio no directamente involucrado a la industria petrolera. Lo realizó a través de inversiones indirectas, proveyendo asistencia técnica a agricultores independientes. La compañía también incursionó en el campo de la industria agrícola y de producción de alimentos con un éxito moderado, al participar en la creación de la Corporación Básica de Economía Venezolana y de la Asociación Internacional Americana. La firma se comprometió con la meta de producir alimentos baratos y abundantes en cooperación con el Estado venezolano.

Las inversiones de la Creole se expandieron más allá de la agricultura. Esta empresa contribuyó activamente con la industrialización de Venezuela y financió varios programas educativos para sus ciudadanos. En el ramo industrial, la Creole se involucró en dos actividades que influenciaron el desarrollo nacional: “el apoyo financiero a compañías o instituciones venezolanas, y la compra de materiales y suministros a proveedores locales”.⁶⁸ El involucramiento de la firma con la producción doméstica tenía un propósito económico claro. El petróleo estimulaba las actividades de las industrias nacionales que crecían alrededor del sector hidrocarburos, satisfaciendo las necesidades de las empresas aceiteras con diversos productos. Mayor producción disminuiría los precios y reduciría los gastos. Los ejecutivos de Creole invertían en la creación de una industria nacional por una razón adicional. Los ingresos petroleros fomentaban reinversiones en las comunidades locales y generaban crecientes “beneficios sociales, estándares de vida, crecimiento industrial, y mejoramientos en la agricultura, educación y salud pública”, los cuales fortalecían la economía venezolana y las ganancias de la firma.⁶⁹

Un artículo de *El Farol* subrayaba cómo en términos de recursos financieros, “los hombres de negocios norteamericanos habían invertido

⁶⁸ *Ibídem*, 34.

⁶⁹ “Venezuela siembra su petróleo”, *El Farol*, September, 1952.

8.200 millones de bolívares en Venezuela”.⁷⁰ El país se convirtió en el segundo destino más importante para las inversiones americanas después de Canadá. En 1950, el país recibió 993 millones de dólares en inversiones directas. Para 1960 la cifra alcanzó 2.569 millones, eclipsando las cifras de economías latinoamericanas más grandes como las de Brasil, Argentina y México.⁷¹ Por ejemplo, la Creole destinó más de dos tercios de sus compras generales en el país (21 millones de bolívares) a productos manufacturados en el país en 1954.⁷² Un grupo de compañías locales se beneficiaba de las actividades industriales de la Creole incluyendo a *Muebles Azpúrua*, que producía escritorios de oficina, la *Compañía Anónima Venezolana de Cemento*, la cual proveía cemento, y el *Aserradero e Industrias Guanta*, un suplidor de madera.⁷³

50

Los compromisos financieros de la Creole también levantaban fondos para promover proyectos urbanos y comerciales. La compañía instituyó un plan de ahorros para sus trabajadores, el Instituto Fondo de Ahorros, en 1948. Para ese año, de los 21.000 empleados de la compañía, 14.265 participaban en este programa. Este fondo amasó un capital significativo, acumulando 38 millones de bolívares para 1949. También se convirtió en la principal institución financiera en el país detrás del Banco de Venezuela, y por encima de otros bancos comerciales.⁷⁴ El plan de ahorros se transformó en una fuente significativa de formación de capitales con dinero invertido en “industrias venezolanas y en bonos de obras públicas, o depositados en bancos venezolanos”.⁷⁵ Este compromiso alcanzó nuevas etapas con la Creole Investment Corporation, subsidiaria de la petrolera

⁷⁰ *Ídem*.

⁷¹ Stephen G. RABE, *The Road to OPEC: United States Relations with Venezuela, 1919-1976* (Austin-Texas: University of Texas Press, 2011), 195.

⁷² “La Creole cliente del Mercado venezolano”, *El Farol*, septiembre 1952.

⁷³ “Hecho en Venezuela”, *El Farol*, enero, 1949.

⁷⁴ “Consideraciones sobre algunos efectos Económicos y Sociales del Petróleo en Venezuela”, *El Farol*, July, 1949.

⁷⁵ TAYLOR, LINDEMAN and LÓPEZ ROJAS, *The Creole...*, *ob. cit.*, 35-36.

creada en 1961. Esta empresa se dedicó enteramente a proveer capitales para apoyar la creación de nuevas industrias venezolanas.

En una serie de discursos ante audiencias norteamericanas, los ejecutivos de la Jersey Standard explicaban acerca de lo que puede hacer una corporación foránea para estimular la economía del país anfitrión. Los gerentes de la Creole en Venezuela se percataron de que “había una falta de inversiones adecuadas para el desarrollo industrial y agrícola”, indicaba el presidente de la Jersey Standard, Monroe Rathbone, en un discurso. Este productor creó una subsidiaria como una manera de abordar esta problemática a través de inversiones selectivas. La Creole Investment Corporation no otorgaba préstamos. En su lugar, “proveía nuevos capitales de riesgo para proyectos empresariales no vinculados a la industria petrolera”. La subsidiaria limitaba su participación a menos de 50 por ciento del control gerencial porque buscaba estimular la industrialización y la diversificación de la economía, y no “controlar” nuevas compañías.⁷⁶ J.K. Jamieson, el nuevo presidente de la Jersey Standard, comentaba tres años después que “hasta la fecha, más de 5 millones de dólares americanos habían sido invertidos en 22 empresas”. La subsidiaria apoyaba diferentes proyectos empresariales.⁷⁷

51

Para 1965, la Creole Investment Corporation había creado más de mil oportunidades de trabajo directo e “indirectamente algunos miles de nuevos trabajos más”.⁷⁸ Algunas de estas inversiones se concentraron en manufacturas, agricultura y cría de animales. Rathbone opinaba que los resultados de constituir una corporación dedicada solamente a invertir en diferentes proyectos empresariales no petroleros habían sido destacados

⁷⁶ Monroe J. RATHBONE, “Development of Nations: A Challenge of Our Times by M.J. Rathbone. President Standard Oil Company. Delivered at the Founder’s Day Convocation. Lafayette College”, October 26, 1962, Box 2012-2333, Briscoe Center, 11.

⁷⁷ J.K. JAMIESON, “Encouraging the Growth of Private Enterprise”. A Speech by J.K. Jamieson, President, Standard Oil Company (New Jersey) before the Junior Achievement Washington Conference. Washington D.C., October 27, 1965, Box 2012-2333, Briscoe Center, 4-5.

⁷⁸ *Ibídem*, 4-5.

“considerando que este era un campo totalmente nuevo para la Creole”. Los compromisos de la firma inversora iban desde inversiones por 55 mil dólares en una granja de hongos y en un proyecto de enlatado de alimentos, hasta 660 mil dólares en proyectos de ganadería. La Creole Petroleum Corporation designó “a experimentados gerentes y técnicos” de esta empresa a la junta directiva de la subsidiaria. El trabajo de estos ejecutivos consistía en “ayudar a las nacientes compañías en relación a sus políticas generales”, analizar el potencial de negocios de los proyectos financiados, y “adoptar todas las técnicas modernas de organización y gerencia que conocemos”. En palabras del presidente de la Jersey Standard, la Creole Investment Corporation constituía un ejemplo de cómo incrementar la productividad y crear oportunidades de trabajo en el país anfitrión.⁷⁹

La corporación envió a sus propios ejecutivos venezolanos al exterior para enfatizar el fuerte compromiso de la Creole con el desarrollo económico del país. Guillermo Zuloaga, uno de sus directivos más importantes, explicaba ante audiencias norteamericanas los beneficios de la inversión extranjera en Venezuela. En primer lugar, ya que los intereses petroleros americanos eran los principales consumidores de productos agrícolas e industriales nacionales “era inevitable que las empresas aceiteras contribuyeran substancialmente al desarrollo de la industria venezolana”. En segundo lugar, Zuloaga mencionaba como la industria de hidrocarburos había contribuido a modificar la estructura social del país. La firma “fomentó el desarrollo de una clase media inexistente algunos años atrás”, aseguraba el ejecutivo venezolano.⁸⁰ A sus ojos, el interés genuino de la Creole por el crecimiento nacional no solo alcanzaba todos los sectores de la economía, sino también tocaba a todos los estratos sociales.

⁷⁹ RATHBONE, “Development of Nations: A Challenge of Our Times by M.J. Rathbone. President Standard Oil Company. Delivered at the Founder’s Day Convocation. Lafayette College”, 12.

⁸⁰ “30 años de progreso económico”, *El Farol*, junio 1952.

La firma dedicó mucha atención a las diferentes clases sociales venezolanas a través de actividades filantrópicas. La corporación estableció la Fundación Creole en 1956 con el objetivo de integrar a la compañía como parte “de la comunidad venezolana en aquellas actividades no directamente involucradas con la industria aceitera”.⁸¹ Esta organización se enfocó principalmente en la educación y la ciencia, y colaboró con instituciones educativas y de investigación de todo el país.

La fundación dedicó recursos sustanciales a las universidades del país. Uno de sus proyectos financió mejoras para varios laboratorios y talleres de universidades públicas, entre ellas, la Universidad Central, la Universidad del Zulia y la Universidad de los Andes. La Creole también fundó facultades universitarias. Por ejemplo, se involucró en la creación de la Escuela de Ciencias Sociales y de Ingeniería de la Universidad Católica Andrés Bello. Esta iniciativa tenía como propósito ayudar a entrenar a “ingenieros no especializados que servirán en la creación, operación y gerencia de nuevas industrias en el país”.⁸²

53

La Creole también invirtió en programas educativos relevantes para la gerencia de la industria petrolera. Como sucedía con las becas que la firma ofrecía a sus trabajadores, los estudiantes de las universidades no estaban obligados a trabajar para la corporación al concluir sus estudios. Sin embargo, la participación de la Creole en la creación de estas Escuelas constituía una oportunidad para influenciar las opciones profesionales de los estudiantes al ofrecer un futuro en trabajos bien remunerados con crecimiento profesional garantizado dentro de la industria.

La fundación también tenía programas similares de mejoras infraestructurales para colegios en varias ciudades. Incluso se asoció con el Ministerio de Educación para abordar la problemática de la ausencia de profesores y escuelas en barrios pobres a través de nuevos métodos pedagógicos que incluían traer “la televisión como un medio educativo

⁸¹ “Fundación Creole”, *El Farol*, julio-agosto 1956.

⁸² *Ídem*.

de emergencia a los ranchos de Caracas”.⁸³ Fuesen las necesidades de los más acomodados o la de los más necesitados, la Fundación Creole exhibía su compromiso con la educación en Venezuela. Desarrolló redes de contactos en el sector académico del cual podía beneficiarse para contratar a los mejores talentos del país.

El compromiso hacia la educación de las élites venezolanas no impidió que se formularan críticas a esta empresa en el país. Rodolfo Quintero, un antropólogo e intelectual marxista, se convirtió en uno de los académicos que advirtió tempranamente sobre las nocivas manifestaciones de la “cultura del petróleo” fomentada por los conglomerados de hidrocarburos. Para este intelectual, la cultura del petróleo facilitaba una mentalidad consumista que adormecía los sentidos de los ciudadanos y socavaba los intereses nacionales. Incitaba el consumo de bienes superfluos en la población, descartando propuestas de desarrollo autónomo al estimular la sumisión, el conformismo y la indiferencia.⁸⁴ En particular, Quintero criticaba las actividades de la Fundación Creole. Argumentaba que cientos de estudiantes y académicos venezolanos que se beneficiaban de becas escolares para estudiar en los Estados Unidos ejercían una gran influencia sobre los centros académicos del país una vez que retornaban. Estas instituciones servían como los principales vehículos para circular ideologías favorables al capitalismo y visiones de modernización económica al estilo americano. Por lo tanto, a los ojos de Quintero, el único propósito de la Fundación Creole era transformar las universidades y escuelas del país en herramientas del sistema capitalista.⁸⁵

En resumen, la Fundación Creole consideraba estas inversiones sociales necesarias “para elevar la formación educativa de las élites intelectuales del país”.⁸⁶ A través de la fundación, la Creole encontró otra nueva manera de fortalecer la idea de que estaba en todos los lugares

⁸³ *Ídem.*

⁸⁴ QUINTERO, *Antropología del petróleo*, 113, 209.

⁸⁵ *Ibidem*, 112, 196.

⁸⁶ “Tres años de la Fundación Creole”, *El Farol*, enero-febrero 1960.

del país trabajando por los intereses de Venezuela. Algunos intelectuales disientían y consideraban las actividades de esta organización como peligrosas y perniciosas para la nación. Sin embargo, la Creole insistió en promover su compromiso con el bienestar de Venezuela de todas las maneras posibles.

Conclusión

A lo largo de este artículo hemos explorado la concepción de desarrollo nacional que la Creole Petroleum Corporation promovió en Venezuela, analizando cómo la compañía expandió su visión de desarrollo nacional más allá de los confines de la industria petrolera. Los ejecutivos necesitaban convencer a los venezolanos de que el control foráneo de la industria ofrecía el mejor camino hacia la modernización económica y la prosperidad nacional. Para lograrlo, la Creole amplió sus medios de comunicación para influenciar lo que los venezolanos pensaban sobre su propia cultura, historia e identidad.

La Creole también materializó ideas sobre desarrollo nacional en proyectos económicos concretos. En agricultura, la compañía diseñó estrategias para abordar la baja producción agrícola al invertir en agricultores locales y empresas agroindustriales. La firma estimuló la creación de industrias auxiliares que le proveían con materias primas y productos manufacturados. La Creole argumentaba que estas políticas expandían la economía y generaban trabajos para miles de otros venezolanos no vinculados a la industria petrolera. Finalmente, la corporación también invirtió en la formación intelectual de las élites del país y de los grupos socioeconómicamente más vulnerables mediante programas de becas.

La influencia cultural de la Creole Petroleum Corporation estaba bastante presente en la manera cómo los venezolanos percibían al capital foráneo. Su estrategia de relaciones públicas buscó convencer a los venezolanos de que la inversión extranjera y el desarrollo nacional no eran contrarias sino complementarias. Muchos estaban en desacuerdo. Para algunos políticos, intelectuales y medios de comunicación, estas

compañías fortalecían la dependencia de Venezuela hacia el capital foráneo y servían para propagar valores favorables al capitalismo y a visiones de modernización económica americanas. Las inversiones de la Creole y su influencia mediática contrarrestaban la crítica nacional y contribuían a marginalizar perspectivas que apuntaban hacia modos alternativos de desarrollo nacional.

56 La importancia del petróleo venezolano durante la temprana Guerra Fría, y las condiciones económicas únicas para el capital americano en el país durante las décadas de 1940 y 1950, posibilitaron una variante de responsabilidad corporativa empresarial raramente vista en otras partes de la región. Combinaba negociaciones colectivas sancionadas por el Estado con considerables inversiones en el sector no petrolero. Las inversiones sociales y las campañas de relaciones públicas de la Creole contribuyen a explicar la larga presencia que la empresa disfrutó en Venezuela. Ofrece una perspectiva de porqué la nacionalización de toda la industria llegó tan tardíamente en comparación con otros países latinoamericanos.

Este ensayo contribuye a la literatura existente sobre empresas foráneas en Latinoamérica en al menos dos sentidos. En primer lugar, el involucramiento activo de la Creole con los venezolanos adentro y fuera del sector de hidrocarburos sugiere una estrategia más sensible a las necesidades del país anfitrión. El reconocimiento de la firma respecto a la importancia del desarrollo nacional posibilitó la implementación de programas de responsabilidad social que limitaron el tipo de nacionalismo económico que se dio en el país. Esta perspectiva abre potenciales caminos de investigación en líneas similares enfocadas en investigar las relaciones entre las inversiones socioeconómicas de las multinacionales y el nacionalismo en Latinoamérica. Finalmente, este ensayo aspira a poner a Venezuela en perspectiva dentro del campo de la historia de negocios. El país se convirtió en uno de los lugares más americanizados de Latinoamérica. Venezuela experimentó un crecimiento per cápita regional impresionante. Las inversiones extranjeras acudieron en masa

a la nación caribeña en una escala increíble, excediendo a aquellas inversiones del mismo tipo en economías más grandes como las de Brasil y México. En ese sentido, Venezuela presenta un caso atractivo de investigación para continuar analizando y comparando las experiencias del capital extranjero allá y en otros países de la Latinoamérica.

BIBLIOGRAFÍA

An Introduction to Standard Oil Company (New Jersey), New York: Standard Oil Company, 1957.

BALESTRINI, César. *La industria petrolera en América Latina*, Caracas: Ediciones de la Biblioteca Universidad Central de Venezuela, 1971.

BAPTISTA, Asdrúbal. *Bases cuantitativas de la economía venezolana, 1830-2002*, Caracas: Fundación Empresas Polar, 2006.

BAPTISTA, Asdrúbal. *Teoría económica del capitalismo rentístico*, Caracas: Banco Central de Venezuela, 2010.

BARBERII, Efraín E. *De los pioneros a la empresa nacional 1921 1975 - La Standard Oil of New Jersey En Venezuela*, Caracas: Lagoven - Ateneo De Caracas, 1997.

BETANCOURT, Rómulo. *Venezuela, política y petróleo*, Caracas: Seix Barral, 1979.

BLACKMORE, Lisa. *Spectacular Modernity: Dictatorship, Space, and Visuality in Venezuela, 1948-1958*, Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2017.

BROEHL, Jr. and Wayne G. *The Case Study of The International Basic Economy Corporation*, United States Business Performance Abroad 13. Washington D.C.: National Planning Association, 1968.

CÁCERES, Alejandro. "Sector Petróleo: desarrollo de una industria en volatilidad" en Fernando SPIRITTO y Tomás STRAKA, *La economía venezolana en el siglo XX: perspectiva sectorial*, Caracas: Abediciones, 2019.

CORONIL, Fernando. *The Magical State: Nature, Money, and Modernity in Venezuela*, Chicago: University of Chicago Press, 1997.

CORRIGAN, Frank. "Review of the Caracas Press", August 12, 1941. RG 84. *Records of Foreign Service Posts of the Department of State*. U.S. Legation & Embassy, Caracas. Box 7. National Archives and Records Administration.

CREOLE. "Creole Petroleum Corporation, Annual Report 1943", April 22, 1944. *Geographic file*: South America, Venezuela. Box 2.207/E204. ExxonMobil Historical Collection. Dolph Briscoe Center for American History, Austin, Texas.

CREOLE. "La Creole Petroleum Corporation impulsa el desarrollo de Venezuela 1921-1959". *Petroleo y Minería de Venezuela*, octubre 1959.

El Farol. Caracas: Creole Petroleum Corporation, 1939-1960.

FUENMAYOR, Juan Bautista. *Historia de la Venezuela política contemporánea, 1899-1969*, Vol. 4, 7 y 8, 20 vols., Caracas: s.n., 1975.

GOLDING, Marcus. "Negotiating Differences: Conciliation and Collective Bargaining in the Venezuelan Petroleum Industry" (manuscrito no publicado) March 27, 2022.

GÓMEZ, Carlos Alarico. *Oswaldo Yepes y el Museo de la Radio: Historia de La Comunicación Audiovisual*, Caracas: Fundación para la Cultura Urbana, 2009.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. XIV Censo Nacional de Población y Vivienda, Caracas: Ministerio del Poder Popular del Despacho de la Presidencia y Seguimiento de la Gestión de Gobierno, 2011.

JACOBY, Sanford M. *Modern Manors: Welfare Capitalism since the New Deal*, New Jersey: Princeton University Press, 1998.

JAMIESON, J.K. *Encouraging the Growth of Private Enterprise*. A Speech by J.K. Jamieson, President, Standard Oil Company (New Jersey) before the Junior Achievement Washington Conference. Washington D.C.", October 27, 1965. Box 2012-2333. Briscoe Center.

KNIGHT, Alan and Jonathan C. BROWN, eds. *The Mexican Petroleum Industry in the Twentieth Century*, Austin-Texas: University of Texas Press, 2009.

LAURIÑO, Luis. "Aproximación a la historia del sindicalismo venezolano 1920-1999" en *Venezuela: República Democrática*, Barquisimeto-Venezuela: Asociación Grupo Jirahara, 2011.

MARCHAND, Roland. *Creating the Corporate Soul: The Rise of Public Relations and Corporate Imagery in American Big Business*, Berkeley: University of California Press, 2001.

MCBETH, Brian S. *La Política Petrolera Venezolana: Una Perspectiva Histórica, 1922-2005*, Caracas: Universidad Metropolitana, 2014.

MILANESIO, Natalia. *Workers Go Shopping in Argentina: The Rise of Popular Consumer Culture*, Albuquerque: University of New Mexico Press, 2013.

MORENO, Julio. *Yankee Don't Go Home!: Mexican Nationalism, American Business Culture, and the Shaping of Modern Mexico, 1920-1950*, Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2003.

O'BRIEN, Thomas F. *The Century of U.S. Capitalism in Latin America*, New Mexico: New Mexico University Press, 1999.

PHILIP, George D. E. *Oil and Politics in Latin America: Nationalist Movements and State Companies*. Cambridge Latin American Studies 40, Cambridge: Cambridge University Press, 1979.

PROUDFIT T, Arthur. "Before the United States Tariff Commission Statement on Behalf of the Creole Petroleum Corporation by Arthur T. Proudfit", 1952. Box 2.207/L13d. ExxonMobil Historical Collection. Dolph Briscoe Center for American History. Austin, Texas.

QUINTERO, Rodolfo. *Antropología del petróleo*. Ciudad de México-México: Siglo XXI Editores, 1972.

RABE, Stephen G. *The Road to OPEC: United States Relations with Venezuela, 1919-1976*, Austin-Texas: University of Texas Press, 2011.

RATHBONE, Monroe J. "Development of Nations: A Challenge of Our Times by M.J. Rathbone. President Standard Oil Company. Delivered at the Founder's Day Convocation. Lafayette College", October 26, 1962. Box 2012-2333. Briscoe Center.

RIVAS, Darlene. *Missionary Capitalist: Nelson Rockefeller in Venezuela*, Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2001.

TAYLOR, Wayne Chatfield, John LINDEMAN and Víctor LÓPEZ ROJAS. *The Creole Petroleum Corporation in Venezuela*. United States Business Performance Abroad 4., Washington D.C.: National Planning Association, 1955)

TINKER SALAS, Miguel. *The Enduring Legacy: Oil, Culture, and Society in Venezuela*, Durham: Duke University Press, 2009.

VITALIS, Robert. *America's Kingdom: Mythmaking on the Saudi Oil Frontier*, London: Verso, 2009.

WIRTH, John D. *Latin American Oil Companies and the Politics of Energy*, Lincoln-Nebraska: University of Nebraska Press, 1985.

WOLFE, Joel. *Autos and Progress: The Brazilian Search for Modernity*, Oxford: Oxford University Press, 2010.

WOODARD, James P. *Brazil's Revolution in Commerce: Creating Consumer Capitalism in the American Century*, Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2020.