

controlados pelas agências estrangeiras de publicidade. Foi assim que vultosos e rápidos créditos possibilitaram, em 1951, a Samuel Wainer fundar o vespertino *Última Hora*, que logo conquistou lugar de destaque na imprensa carioca e brasileira. No quadro político, duas questões avultariam, então, ambas ligadas ao acentuado aumento da pressão imperialista: internamente, a do petróleo, com o problema em andamento no Congresso; externamente, a da agressão norte-americana à Coréia e suas implicações no conjunto da “guerra fria”. O imperialismo cedo entendeu que era imprescindível liquidar a parcela nacionalista da política de Vargas. Para isso, montou, à base das agências de publicidade, gigantesca e persistente campanha antinacionalista, visando impossibilitar a solução estatal do problema do petróleo.

A experiência brasileira, nesse terreno, era pequena. Antes do advento e da rápida preponderância de capitais americanos aqui, conhecíamos apenas o que se ligava aos métodos peculiares, por condições da época, ao imperialismo inglês, aqui atuante, de velhos tempos, particularmente no campo dos serviços públicos: transporte ferroviário e marítimo; serviços urbanos de transporte, gás, luz, telefone, água; energia hidrelétrica (produção e distribuição). O imperialismo inglês, nos últimos tempos de seu domínio, sofria séria concorrência de outros, o francês, o italiano, mas principalmente o alemão e o norte-americano. No que se refere à imprensa, a *Light* e as empresas em que, depois, arditamente, se desdobrou, merecia esporádicas campanhas contrárias, gerando-se o *slogan* do “polvo canadense”, geralmente desenvolvidas por jornais médios ou pequenos, campanhas de duvidoso conteúdo quase sempre. Tais jornais, atacando-a, faziam jus a um quinhão, logo concedido, de suas subvenções, relativamente avultadas para a época: a ação da *Light* sobre a imprensa sempre passou despercebida ao grande público. E, nessa época, as agências de publicidade não haviam assumido o papel absoluto que depois tiveram e que se tornou ostensivo na segunda metade do século XX. Os interesses da *Light* estavam solidamente implantados e apenas de quando em quando surgiam áreas de atrito com representantes do poder público dotados de veleidades de probidade, como, por exemplo, Anhaia Melo, em S. Paulo, José Américo de Almeida e Juarez Távora, no Rio, estes em funções federais. Em 1940, a Prefeitura paulista divulgara estudo do engenheiro Anhaia Melo em que este, citando o livro de Jack Levin *Power Ethics*, concluía: “Este é o testemunho e a evidência documental das atividades das empresas de serviços públicos nos Estados Unidos. É um *record* da tentativa de arrastar a opinião pública americana para o ponto de vista particular, em assuntos controversos de ordem pública. É um *record*, porém, de informações erra-