

O nascimento das IRFM

Não faça biscoitos, faça pirâmides.

João Guimarães Rosa,
citado por Otto Lara Resende

1911 é ano luminoso na vida dos Matarazzo. Nascem as IRFM Indústrias Reunidas Fábricas Matarazzo S/A, empreendimento de vocação coletiva, que engloba o já robusto conjunto industrial. Duração de trinta anos, sede central em São Paulo, na rua Direita, 15, filiais em Santos e Rosário de Santa Fé, Argentina.

Diretor-presidente: comendador Francesco Matarazzo; diretor-gerente: Ermelino Matarazzo; diretor-secretário: Andrea Matarazzo. Objeto: moagem de trigo, engenho de arroz, fábricas de banha, óleo, sabão, fiação, tecelaria e tinturaria.

No Conselho Fiscal, representantes de três pesos-pesados do mundo financeiro: T. B. Muir, subgerente do London and Brazilian Bank; Louis Dapples, diretor-geral da Banca Francese e Italiana; Felix Delaborde, diretor-gerente do Banque Brésilienne Italo-Belge. Entre os suplentes, ninguém menos que o *cavaliere ufficiale* Alexandre Siciliano, diretor-presidente da Cia. Mechanica e Importadora de S. Paulo.

Nova etapa, novas exigências econômico-financeiras e administrativas. As antigas companhias já não atendiam plenamente às circunstâncias e planos. Hora de mudar, aproveitar as oportunidades, inovar.

O quadro nacional é favorável a investimentos. A Lei de Similares, de 1890, acaba de ser reformulada, a isenção de tarifas para bens importados com similar nacional está proibida. Dizem que não foi por inspiração protecionista, mas fiscalista: acabar com o crescente rosário de isenções. De qualquer modo, favoreceu a industrialização e a emergência de uma burguesia industrial.

Os estatutos das IRFM são aprovados pelo decreto federal nº 8112, de 5 de julho de 1911. Nova razão social, nova forma legal. Capital de 8500 contos de réis, valor vultoso. Basta lembrar que vigorava o padrão-ouro. Francesco subscreve 79,76% e seu irmão Andrea 19,94. O 0,3% restante é dividido entre cinco outros membros da família e alguns velhos empregados. Exemplo emblemático de empresa familiar.

A aprovação das IRFM na Junta Comercial de São Paulo sai na sessão de 16 de novembro de 1911, sob o número 1512.

Do patrimônio inicial, 58,8% correspondem ao segmento têxtil: tecelagem, fiação, malharia, tinturaria e à estampanaria, esta ainda em fase de construção; 23,5% ao setor de beneficiamento de trigo (moinho, depósitos e armazéns); 8,2% à fábrica de óleos e à de sabão. O restante — pouco mais de 9% — a engenho de beneficiamento de arroz, escritório central, armazéns e depósitos, edifício da administração central, cocheiras, fábrica de banha em Itapeitinga e outros ativos. Francesco é o acionista majoritário, claro. Importante: note-se o *status* do jovem Ermelino, de 28 anos, segundo homem na hierarquia, considerado braço direito e sucessor do pai. E a presença, também como diretor, de Angelo Andrea, o irmão que era e continuará sendo parceiro e principal sócio de Francesco.

Pronto. Está nos livros e na praça a principal empresa dos Matarazzo, que o povo chamará de “a Matarazzo” ou então de “Indústrias Matarazzo”. O já citado Antonio Piccarolo, que chegou ao Brasil em 1904, lembra que o castellabatense não desativou a

atividade comercial. Manteve “a potentíssima casa comercial que tem relações de negócios em todo o mundo”.¹

Conforme a historiadora Maria Angélica Matarazzo de Benavides, neta do fundador, o primeiro filho a trabalhar com ele foi o mais velho, Giuseppe, o Peppino, futuro conde di Licosa.

Segundo ela, esse tio contava que, ainda criança, teve de deixar a escola na Itália para ajudar na empresa. Que auxiliara na construção da fortuna familiar desde seus albores e fora companheiro constante do pai, até nas viagens pelo interior. E que, mesmo depois da mudança para São Paulo, costumava viajar com ele, a cavalo. Nessa época aprendeu as regras do comércio. Com a expansão do grupo, passou a chefe de vendas. Estabeleceu-se depois em Nápoles, onde dirigiu o escritório de representação da firma. Andrea, Ermelino, Attilio, Chiquinho e Luiz Eduardo colaboraram com o pai em épocas posteriores e em diferentes medidas.

Em dezembro de 1911, as IRFM emitem 20 mil novas ações. Francesco e filhos compram 52,5%. O restante é subscrito pelos irmãos Giuseppe, Nicola, Costabile e principalmente Andrea e filhos. Fração mínima é vendida a terceiros.

IRFM. A organização sob a forma de sociedade anônima dá maior flexibilidade de ação empresarial, facilita a administração, a captação de recursos e a ordenação legal, inclusive o desdobramento de atividades e a assimilação de novas empresas. Simplifica até mesmo a desejada inserção de novos membros do florescente clã em funções de mando.

O engajamento da primeira geração brasileira em cargos diretivos começa com a entrega da principal diretoria ao jovem Ermelino, de 28 anos.

A antiga F. Matarazzo & Cia. Ltda. sobrevive à revolução administrativa. Funcionará como uma espécie de seção comercial paralela.

BANCO DI NAPOLI

O que acaba é a participação do castellabatense na Banca Commerciale Italiana e na Banca Italiana del Brasile. Cessa tudo o que a antiga musa canta, que valor mais alto se alevanta: ele consegue a representação do conceituado Banco di Napoli — um banco de quatro séculos — e passa a administrar as remessas de dinheiro dos imigrantes italianos para a Itália, monopólio dessa instituição desde 1901, por força da legislação italiana. Um grande negócio, mais um trunfo, mina segura de ganhos.²

Fato relevante na trajetória do grupo, essas operações eram negócio de grande expressão e esplêndido retorno financeiro. Foram disputadas por outros candidatos de peso: Emidio Falchi, Enrico Del'Acqua, Luigi Pucci, os irmãos Puglisi e João Briccola.

Inicialmente escolhida, a Casa João Briccola acabou substituída pela Matarazzo. Dizem que Francesco entrou por interferência do cônsul italiano Gherardo Pio Savoia que, em 1906, o retratou como personagem de grande relevo, industrial poderosíssimo, homem de reputação estabelecida, popularíssimo, cercado de prestígio ilimitado. E ainda acrescentou que se tratava de um dos pouquíssimos italianos residentes em São Paulo a chegar tão alto sem manchar a reputação. Boa imagem, boas amizades.³

Em seus escritos, Savoia aborda a disputa de poder e prestígio entre as estrelas da colônia italiana. Muita competição, muita inveja. Por exemplo: assim que Matarazzo conseguiu o título de *Ufficiale*, com o apoio do príncipe di Belmonte, seus conterrâneos Briccola e Puglisi partiram atrás da mesma honraria. “Parece piada, mas é verdade”, comenta Savoia. Mais um pouco desse perspicaz e italianíssimo cônsul:

As três personagens mais importantes da coletividade italiana de São Paulo são o cavaleiro Puglisi-Carbone, o cavaleiro Giovanni Bricolla e o comendador Francesco Matarazzo [...]. Entre eles existe uma competição, uma concorrência e uma rivalidade não apenas financeira, mas também comercial e social. De tal sorte que a coletividade italiana de São

*Paulo pode ser dividida em três igrejinhas, cada uma delas tendo por patrono um desses três senhores, entre os quais reina o mais vivo e feroz ciúme. A falência de um deles constituiria a felicidade dos outros dois e a falência ou a ruína de dois seria o paraíso para o sobrevivente. Cada um deles procura de todas as maneiras aumentar o seu prestígio em todas as esferas de ação e por todos os meios. O que aproveita a um faz sombra aos outros. Uma derrota de um deles é uma derrota de todos os seus admiradores. O prestígio e influência de Matarazzo não podem aumentar sem que diminuam o prestígio e a influência dos outros dois.*⁴

O riquíssimo filão das remessas é considerado no cirúrgico redesenho administrativo do grupo. Muito dinheiro, sob ótimas condições para os agentes.

No período de 1911 a 1915, as remessas dos imigrantes totalizaram valor equivalente a 54% do déficit comercial italiano. O trabalho dos filhos ausentes socorria a mãe pátria. Eles “criaram uma Itália fora da Itália”. A parcela vinda do Brasil era significativa. Warren Dean apurou as feitas de São Paulo, via Banco di Napoli (Matarazzo). Totalizavam, em média, um milhão de dólares anuais na primeira década do século XX. Cifra realmente expressiva. Para ele, a escala de consumo das famílias imigrantes era limitada pela alta propensão dos colonos a poupar o que ganhavam, com o objetivo de um dia voltar ao país de origem.⁵

Os colonos italianos preferiam depositar suas economias em agências locais de bancos que operavam na terra natal. Familiaridade com a instituição, facilidade de remessa, confiança. Francesco era a principal referência dos colonos e também operários. Muitos italianos vieram para trabalhar nas fábricas que nasciam.⁶

Assim, além de faturar as devidas comissões, a Matarazzo passa a administrar vultosos recursos de terceiros, na prática uma fonte de financiamento de custo quase nulo. O dinheiro enviado levava de dois a três meses para chegar ao destino, engordando o caixa das IRFM. Mais combustível para a formação do império. Para o aprofundamento da estratégia de verticalização industrial e

da expansão comercial do grupo. Estima-se que o rendimento de capitais bem aplicados em fábricas brasileiras variava então de 20 até mais de 50% ao ano.⁷

Matarazzo é também financista. Sabe lidar com dinheiro vivo, administrá-lo, aplicá-lo, fazê-lo render bem. Um bom exemplo é o fundo de reserva que criou para cobrir seu próprio seguro, garantir todos os imóveis e instalações. Cresceu rapidamente, atingiu cifras vultosas, suficientes para toda a proteção ordinária. Mais uma fonte financeira própria a serviço do desenvolvimento da organização.⁸

Ainda em 1911, as IRFM instalam sua primeira grande usina de açúcar, área em que o grupo já atuava comercialmente em escala nacional. E também serrarias e carpintarias próprias. Uma em São Paulo, outra no Paraná. Iniciam depois a exploração industrial e preparação de madeiras duras para construções e para móveis. E passam a produzir seus próprios caixotes e engradados.