



**UNIVERSIDADE
FERNANDO
PESSOA**

**A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO.
UMA HISTÓRIA CONTADA. (O CASO MCA PROPAGANDA – A ESCOLA
ANTES DA ESCOLA) - PERÍODO - 1979 A 1989.**

**The consolidation of the advertisement market in Mato Grosso. Telling the story
(The MCA Advertising case – The school before the school) - 1979-1989**

Flávio Prates da Fonseca Neto

Orientadora:

Prof.^a Doutora Elsa Simões

ANEXOS

Julho de 2024



**UNIVERSIDADE
FERNANDO
PESSOA**

**A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO.
UMA HISTÓRIA CONTADA. (O CASO MCA PROPAGANDA – A ESCOLA
ANTES DA ESCOLA) - PERÍODO - 1979 A 1989.**

**The consolidation of the advertisement market in Mato Grosso. Telling the story
(The MCA Advertising case – The school before the school) - 1979-1989**

Flávio Prates da Fonseca Neto

Orientadora:

Prof.^a Doutora Elsa Simões

ANEXOS

Julho de 2024

Flávio Prates da Fonseca Neto

**A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO.
UMA HISTÓRIA CONTADA.
(O CASO MCA PROPAGANDA – A ESCOLA ANTES DA ESCOLA) - PERÍODO - 1979 A 1989.**

Trabalho apresentado à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para obtenção de grau de Mestre em Ciências de Comunicação, variante Relações Públicas, Publicidade e Marketing, sob orientação da Professora Doutora Elsa Simões.

Anexos.

Roteiro de entrevistas



Universidade Fernando Pessoa

Pesquisa de Mestrado: A consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso. Uma história contada. (O caso MCA Propaganda. A escola antes da escola) Período - 1979 a 1989

Mestrando: Flávio Prates da Fonseca Neto

Orientadora: Professora Doutora Elsa Simões

Roteiro de Entrevista

Cumprimentos... e agradecimentos

- 1) Pedir a Identificação do participante.
- 2) Você estudou publicidade de alguma forma? Graduação superior ou algum curso técnico de comunicação publicitária??
- 3) Se sim onde?
- 4) Em Cuiabá, você trabalhou na MCA Propaganda?
- 5) Se recorda em que período/ano você trabalhou na MCA?

- 6) Qual era sua função profissional ou seu cargo na MCA Propaganda?
- 7) Pode descrever qual era sua rotina de trabalho na agência?
- 8) Você já havia trabalhado em agência de publicidade antes desse período na MCA? Tinha experiência nessa função?
- 9) Por onde você trabalhou antes do período na MCA? Em que tipo de trabalhos você já havia atuado?
- 10) Como era trabalhar em uma agência de propaganda em Mato Grosso naquele período?
- 11) E Você, mais aprendeu, ou mais ensinou neste período de MCA Propaganda? Conte como foi.
- 12) É correto afirmar que a MCA Propaganda foi uma espécie de escola de publicidade naquela época (entre 1979 e 1989) já que naquele tempo não havia uma faculdade de publicidade em Mato Grosso?
- 13) Você chegou a fundar uma agência ou empresa no ramo de comunicação? Depois da MCA quais caminhos profissionais você trilhou?
- 14) Sabe citar algum ou alguma colega que fundou agência de publicidade ou empresa de comunicação depois de trabalhar na MCA propaganda?
- 15) É exagero afirmar que A MCA Propaganda pode ter sido, em seu tempo, um tipo de incubadora de agências de publicidade ou de empresas de comunicação?
- 16) Na sua opinião qual foi a contribuição de Mauro Cid ao mercado publicitário de Mato Grosso?
- 17) E a sua própria contribuição? Qual foi? Pode contar sua trajetória e sua contribuição ao mercado de Publicidade de Mato Grosso?
- 18) Na sua opinião quais foram os principais nomes da publicidade que ajudaram na consolidação do negócio da propaganda em Mato Grosso?

- 19) Podemos afirmar que a geração de publicitários que atuaram na MCA Propaganda naquele período e citados no anúncio de 10 anos, foram os principais responsáveis pela consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso? Essa afirmação é exagerada?
- 20) Há algo mais de relevante ou algum fato importante que você gostaria de mencionar sobre este tempo da história do mercado da publicidade, em particular, sobre a consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso?
- 21) É exagero dizer que Mauro Cid foi o pai da publicidade mato-grossense, ou essa “filha” tem vários pais e várias mães?

PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: A consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso. Uma história contada. (O caso MCA Propaganda. A escola antes da escola) Período - 1979 a 1989

Pesquisador: FLAVIO PRATES DA FONSECA NETO

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 76245323.7.0000.5165

Instituição Proponente: Fundação Ensino e Cultura Fernando Pessoa

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 6.683.584

Apresentação do Projeto:

O Tema do projeto de pesquisa de mestrado aqui proposto é buscar uma retrospectiva histórica da “Consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso” através do estudo de caso de uma das agências de publicidade pioneiras na região, a MCA Propaganda, no período dos dez anos que antecederam a fundação do primeiro curso superior de publicidade do Estado de Mato Grosso, ou seja, o Curso de Comunicação Social da UFMT (Universidade Federal de Mato Grosso), que nasceu em 1990 com as habilitações de Jornalismo, Radialismo e Publicidade e Propaganda. (MATTOS, A., TAVARES D. C. “et alii.” (2017) Projeto Pedagógico de Curso de Graduação Comunicação Social Publicidade e Propaganda 2017) O Projeto propõe investigar, através deste estudo de caso, o modo como os empreendedores publicitários locais formaram profissionais tecnicamente capacitados para atuar no campo da comunicação, especificamente da publicidade, em suas diferentes áreas de atuação, desde criação de arte, redação publicitária, atendimento, planejamento, mídia, etc, considerando que no período de 1979 até 1989 não havia uma faculdade ou escola de nível superior, ou mesmo de nível tecnológico, em Mato Grosso.

A pesquisa será um estudo de caso. Inicialmente, uma pesquisa documental buscará encontrar o anúncio publicitário criado em comemoração aos 10 anos de fundação da agência de publicidade MCA Propaganda e publicado nos jornais que circulavam em Cuiabá no ano de 1989. Este anúncio é a semente desta pesquisa.

Para alcançar o objetivo faremos uma varredura no Arquivo Público de Mato Grosso através de uma

Endereço: Avenida Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso,

Bairro: Jardim Europa

CEP: 78.065-900

UF: MT

Município: CUIABA

Telefone: (65)3363-1271

E-mail: cep.unic@kroton.com.br

Continuação do Parecer: 6.683.584

busca nos jornais da época. Os participantes do estudo serão os profissionais citados no anúncio de comemoração de 10 anos da MCA Propaganda. Os convidados a participar da pesquisa serão apenas aqueles que tiverem relação direta com a atividade profissional publicitária, excluindo-se os que não tenham esse perfil.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo primário

Compreender qual a importância de uma das agências pioneiras, a MCA Propaganda e de seu fundador, o publicitário Mauro Cid Nunes da Cunha, no fomento e consolidação do mercado de Publicidade e Propaganda no Estado de Mato Grosso, no período de 1989 até 1990.

Objetivo secundário

Conhecer um pouco mais da história da Publicidade em Mato Grosso através dos depoimentos de quem a vivenciou no período a ser pesquisado e contribuir para a na composição geral da história da comunicação social no Brasil.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos

Os incômodos e possíveis riscos à saúde física e/ou mental dos participantes podem ser, por exemplo, inibição ou constrangimento com alguma pergunta da entrevista. No entanto, será garantido o direito de o participante conhecer previamente todas as perguntas a que irá responder e será explicitado o direito de não responder a alguma pergunta que lhe cause desconforto. Caso o participante queira considerar retirar o seu consentimento, poderá fazê-lo a qualquer momento que desejar, interrompendo a entrevista, sem que isso lhe traga qualquer penalidade ou prejuízo.

Benefícios

Os benefícios esperados com esta pesquisa são indiretos aos participantes, mas de grande valia coletiva no sentido da produção de conhecimento para a sociedade. Essa história, a ser contada por aqueles que fizeram acontecer a Publicidade naquele período, servirá de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até ao presente momento, não têm o conhecimento de como foi construir esse longo caminho até aos dias de hoje. Em particular, será de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quem foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da Publicidade e Propaganda em Mato Grosso, um

Endereço: Avenida Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso,

Bairro: Jardim Europa

CEP: 78.065-900

UF: MT

Município: CUIABA

Telefone: (65)3363-1271

E-mail: cep.unic@kroton.com.br

Continuação do Parecer: 6.683.584

campo extremamente relevante para a economia do estado.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Estudo nacional. Caráter acadêmico. A pesquisa intitulada A consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso – Uma história contada.(O caso MCA Propaganda – A escola antes da escola) Período - 1979 a 1989, busca investigar o modo como ocorreu a formação e estruturação do negócio da Publicidade, bem como a formação de profissionais que pudessem atuar de forma competente neste setor em Mato Grosso, em um período em que não haviam faculdades de comunicação no estado.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

(X) Currículo lattes do pesquisador

(X) TCLE

(X) Termo de anuência/ autorização institucional - não se aplica

(X) Projeto de pesquisa completo

(X) Resumo da pesquisa

(X) Folha de rosto

(X) Orçamento

(X) Cronograma

(X) Termo de compromisso do pesquisador – incluso na folha de rosto

() Autorização de som e imagem

Recomendações:

Não se aplica

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Sem pendências

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2179694.pdf	16/02/2024 17:11:32		Aceito

Endereço: Avenida Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso,

Bairro: Jardim Europa

CEP: 78.065-900

UF: MT

Município: CUIABA

Telefone: (65)3363-1271

E-mail: cep.unic@kroton.com.br

UNIVERSIDADE DE CUIABÁ - UNIC



Continuação do Parecer: 6.683.584

Cronograma	Cronograma.docx	16/02/2024 17:04:01	FLAVIO PRATES DA FONSECA NETO	Aceito
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES BÁSICAS_DO_P ROJETO_2179694.pdf	11/01/2024 16:36:29		Aceito
Outros	termo_de_autorizacao_de_uso_de_imag em_de_som_e_voz.doc	11/01/2024 16:33:43	FLAVIO PRATES DA FONSECA NETO	Aceito
Outros	roteiro_de_entrevista.docx	11/01/2024 16:26:57	FLAVIO PRATES DA FONSECA NETO	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_alterado.docx	11/01/2024 16:25:42	FLAVIO PRATES DA FONSECA NETO	Aceito
Brochura Pesquisa	projeto_brochura_alterado.docx	11/01/2024 16:25:02	FLAVIO PRATES DA FONSECA NETO	Aceito
Brochura Pesquisa	projeto_brochura_alterado.docx	11/01/2024 16:25:02	FLAVIO PRATES DA FONSECA NETO	Postado
Folha de Rosto	folha_de_rosto.pdf	11/01/2024 16:18:22	FLAVIO PRATES DA FONSECA NETO	Aceito
Declaração de Pesquisadores	Declaracao_Orientador.pdf	13/10/2023 17:56:52	FLAVIO PRATES DA FONSECA NETO	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.docx	13/10/2023 17:55:51	FLAVIO PRATES DA FONSECA NETO	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Brochura.docx	13/10/2023 17:54:52	FLAVIO PRATES DA FONSECA NETO	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita apreciação da CONEP:

Não

CUIABA, 04 de Março de 2024

Assinado por:

Cilene Maria Lima Antunes Maciel
(Coordenador(a))

Endereço: Avenida Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso,

Bairro: Jardim Europa

CEP: 78.065-900

UF: MT

Município: CUIABA

Telefone: (65)3363-1271

E-mail: cep.unic@kroton.com.br



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da dissertação intitulada "A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO. UMA HISTÓRIA CONTADA. (O CASO MCA PROPAGANDA - A ESCOLA ANTES DA ESCOLA) PERÍODO - 1979 a 1989", realizada por Flávio Prates da Fonseca Neto no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação (ramo de Relações Públicas, Publicidade e Marketing) da Universidade Fernando Pessoa, na cidade de Porto – Portugal e orientado pela, Prof.^a Doutora Elsa Simões (Professora Associada).

A seguir, as informações do projeto de pesquisa com relação a sua participação neste projeto:

1. O estudo se destina a investigar o modo como ocorreu a formação e estruturação do negócio da Publicidade, bem como de profissionais que pudessem atuar de forma competente neste setor em Mato Grosso, em um período em que não havia faculdades de comunicação no estado.

Essa história será contada por aqueles mesmos que fizeram acontecer a publicidade naquele período, servirá de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento, não têm conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje.

2. A importância deste estudo é de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quais foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da publicidade em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

3. O resultado que se deseja alcançar com esse estudo é preencher uma enorme lacuna da história econômica de Mato Grosso e confirmar-se em uma importante contribuição ao conhecimento dada por aqueles que vivenciaram e construíram essa mesma história que até então, ainda não foi contada.

4. A pesquisa consistirá em um estudo de caso, inicialmente uma pesquisa documental que pôde encontrar o anúncio publicitário criado em comemoração aos 10 anos de fundação da agência de publicidade MCA Propaganda publicado nos jornais que circularam em Cuiabá no ano de 1989. Este anúncio é a semente desta pesquisa.

O anúncio citado traz o título: "A agência que quando não fez escola, fez agências. MCA Propaganda, 10 anos à frente."

Abaixo do título, surge uma relação aproximada de cinquenta nomes de colaboradores que passaram pela MCA Propaganda entre sua fundação, em 1979, até seu aniversário de 10 anos, em 1989. Seu nome está nesta relação.

Encontrado o anúncio, a metodologia da pesquisa passa por ter entrevistas com pessoas que tiveram

experiências práticas com o problema pesquisado. Este é o termo de consentimento para entrevistá-lo(a)

Em resumo, a metodologia utilizada será, inicialmente, um breve levantamento documental; posteriormente, um estudo de caso com pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva por meio de entrevistas em profundidade.

5. A sua participação consiste em responder a uma entrevista em dia e hora marcado de acordo com sua melhor disposição, de forma virtual/digital através do Google Meets e cujas respostas contribuirá para desvendar uma parte importante da história do mercado publicitário em Mato Grosso. Nas etapas descritas acima a sua identidade será totalmente preservada, bem como todo o seu relato, uma vez que sua contribuição será apenas tratada em ambiente acadêmico. Os dados obtidos com este estudo são sigilosos e serão usadas para fins exclusivos de pesquisa, conforme os objetivos propostos neste estudo.

6 Os incômodos e possíveis riscos à sua saúde física e/ou mental incluem: inibição ou constrangimento com alguma pergunta dos questionários. No entanto, lhe será garantido o direito de conhecer todas as perguntas que irá responder e o direito de não responder alguma pergunta específica que lhe for formulada. Caso, ainda assim, você associe qualquer dano psíquico, moral, intelectual, social ou cultural à sua participação neste projeto, você terá o direito de não participar ou interromper sua participação a qualquer momento sem qualquer tipo de penalidade. O tempo de resposta da entrevista é em torno de 30 a 40 minutos, caso você venha a considerar perda de tempo, poderá escolher retirar o seu consentimento, a qualquer momento que desejar, interrompendo a entrevista, sem que isso lhe traga qualquer tipo de prejuízo. Além disso, caso algum dano decorrente da pesquisa venha a lhe ocorrer, você terá direito a solicitar indenização através das vias judiciais (de acordo com o Código Civil, Lei 10.406/2002, Artigos 927 a 954 e Resolução CNS nº 510 de 2016, Artigo 19).

7 Os benefícios esperados com esta pesquisa são: servir de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento não têm o conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje. Em particular, será de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quem foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da Publicidade e Propaganda em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

8. Você poderá contar com a assistência de Flávio Prates da Fonseca Neto, sendo responsável por ela a Prof.^a Doutora Elsa Simões, orientadora do projeto de pesquisa.

9. Os resultados da presente pesquisa, bem como a dissertação, após um período de embargo para permitir a sua publicação, ficará depositada e acessível no repositório institucional da UFP Universidade Fernando Pessoa – Porto – Portugal), o que permitirá ampla divulgação na comunidade científica.

Após o referido período de embargo, uma versão reduzida da tese ou um artigo será publicada em revista científica a designar, na área das Ciências da Comunicação, com elevado fator de impacto e indexada. Previamente à publicação, uma cópia será enviada aos voluntários que aceitaram participar das entrevistas dessa pesquisa e sempre que desejarem, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas deste estudo.

Além disso, buscaremos levar os dados para ampla divulgação universitária, dada a relevância e impacto que os resultados poderão exercer na gestão dos grupos de pesquisa da área de conhecimento pesquisada.

10. A qualquer momento, você poderá recusar a continuar participando do estudo e, também, poderá retirar seu consentimento, sem que isso lhe traga qualquer penalidade ou prejuízo.

11. Asseguramos ao participante da pesquisa garantia de sigilo de modo a manter a privacidade e seu anonimato no caso de não permitir sua identificação, porém, esclarecemos que em caso de tal autorização ser concedida e não houver objeção, que seu nome será citado como uma das pessoas que contribuíram para o levantamento das informações e dados a que busca o objeto desta pesquisa. Importante frisar que a divulgação das respostas das entrevistas só será feita, preliminarmente, entre os profissionais estudiosos do assunto, e apenas após a sua autorização.

☒ (X) Permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

12. Nesta pesquisa serão utilizadas tecnologias de comunicação de áudio e vídeo, sendo assim, as entrevistas serão gravadas para obtenção de registros audiovisuais da conversa e posterior transcrição. Para tanto é imprescindível esclarecê-lo (a) sobre a necessidade da concessão de autorização do uso de sua voz, imagem e opinião conforme abaixo:

☒ (X) Permito a divulgação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a publicação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

13. Esta pesquisa não envolve nenhum tipo de compensação financeira, nem lhe acarretará nenhum tipo de custo, devido ao seu caráter exclusivamente virtual. Todavia, caso você tenha alguma eventual despesa relacionada à presente pesquisa, como gasto com internet, deslocamento, você será ressarcido(a), sendo garantida a existência de recursos.

14. Você será indenizado(a) por qualquer dano que venha a sofrer com a sua participação na pesquisa.

15. Os dados desta pesquisa serão tornados públicos, por meio de publicação científica especializada com bom índice de credibilidade, sejam os dados considerados favoráveis ou não.

16. Você receberá uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por todos. **É RECOMENDADO GUARDAR ESTE DOCUMENTO**, para caso você possa precisar dele no futuro.

Endereço da equipe da pesquisa Instituição:

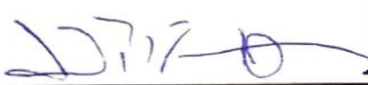
Universidade Fernando Pessoa
Endereço: Praça 9 de Abril, 349
Complemento: Cidade/CEP: Porto – Portugal -
4249-004
e-mail: info@ufp.edu.pt
Telefone: +351 225071300
Ponto de referência: Em Frente à Praça 9 de Abril

Contato de urgência: Flávio Prates da Fonseca Neto Endereço:

Rua Buenos Aires, 410/704
Complemento: Jardim das Américas
Cidade/CEP: Cuiabá – MT – 78060-634
Telefone: (65) 98111 7262
Ponto de referência: Em frente à Praça da Padaria América

ATENÇÃO: O Comitê de Ética da UNIC (Universidade de Cuiabá), responsável por acompanhar as pesquisas envolvendo seres humanos, do ponto de vista ético, analisou e aprovou este projeto de pesquisa. Para obter mais informações a respeito deste projeto de pesquisa, informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo, dirija-se ao:
Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Cuiabá (UNIC)
Rua: Av. Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso
Contato por e-mail: cep.unic@kroton.com.br
Telefone e horários para contato: (65)3363-1271

Li e concordo em participar da pesquisa. Cuiabá, 10 de abril de 2024

	
Adriz Oliveira – Participante	Flavio Prates: Pesquisador Principal



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da dissertação intitulada "A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO. UMA HISTÓRIA CONTADA. (O CASO MCA PROPAGANDA - A ESCOLA ANTES DA ESCOLA) PERÍODO - 1979 a 1989", realizada por Flávio Prates da Fonseca Neto no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação (ramo de Relações Públicas, Publicidade e Marketing) da Universidade Fernando Pessoa, na cidade de Porto – Portugal e orientado pela, Prof.^a Doutora Elsa Simões (Professora Associada).

A seguir, as informações do projeto de pesquisa com relação a sua participação neste projeto:

1. O estudo se destina a investigar o modo como ocorreu a formação e estruturação do negócio da Publicidade, bem como de profissionais que pudessem atuar de forma competente neste setor em Mato Grosso, em um período em que não havia faculdades de comunicação no estado.

Essa história será contada por aqueles mesmos que fizeram acontecer a publicidade naquele período, servirá de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento, não têm conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje.

2. A importância deste estudo é de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quais foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da publicidade em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

3. O resultado que se deseja alcançar com esse estudo é preencher uma enorme lacuna da história econômica de Mato Grosso e confirmar-se em uma importante contribuição ao conhecimento dada por aqueles que vivenciaram e construíram essa mesma história que até então, ainda não foi contada.

4. A pesquisa consistirá em um estudo de caso, inicialmente uma pesquisa documental que pôde encontrar o anúncio publicitário criado em comemoração aos 10 anos de fundação da agência de publicidade MCA Propaganda publicado nos jornais que circularam em Cuiabá no ano de 1989. Este anúncio é a semente desta pesquisa.

O anúncio citado traz o título: "A agência que quando não fez escola, fez agências. MCA Propaganda, 10 anos à frente."

Abaixo do título, surge uma relação aproximada de cinquenta nomes de colaboradores que passaram pela MCA Propaganda entre sua fundação, em 1979, até seu aniversário de 10 anos, em 1989. Seu nome está nesta relação.

Encontrado o anúncio, a metodologia da pesquisa passa por ter entrevistas com pessoas que tiveram

Página 1 de 4

experiências práticas com o problema pesquisado. Este é o termo de consentimento para entrevistá-lo(a)

Em resumo, a metodologia utilizada será, inicialmente, um breve levantamento documental; posteriormente, um estudo de caso com pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva por meio de entrevistas em profundidade.

5. A sua participação consiste em responder a uma entrevista em dia e hora marcado de acordo com sua melhor disposição, de forma virtual/digital através do Google Meets e cujas respostas contribuirá para desvendar uma parte importante da história do mercado publicitário em Mato Grosso. Nas etapas descritas acima a sua identidade será totalmente preservada, bem como todo o seu relato, uma vez que sua contribuição será apenas tratada em ambiente acadêmico. Os dados obtidos com este estudo são sigilosos e serão usadas para fins exclusivos de pesquisa, conforme os objetivos propostos neste estudo.

6 Os incômodos e possíveis riscos à sua saúde física e/ou mental incluem: inibição ou constrangimento com alguma pergunta dos questionários. No entanto, lhe será garantido o direito de conhecer todas as perguntas que irá responder e o direito de não responder alguma pergunta específica que lhe for formulada. Caso, ainda assim, você associe qualquer dano psíquico, moral, intelectual, social ou cultural à sua participação neste projeto, você terá o direito de não participar ou interromper sua participação a qualquer momento sem qualquer tipo de penalidade. O tempo de resposta da entrevista é em torno de 30 a 40 minutos, caso você venha a considerar perda de tempo, poderá escolher retirar o seu consentimento, a qualquer momento que desejar, interrompendo a entrevista, sem que isso lhe traga qualquer tipo de prejuízo. Além disso, caso algum dano decorrente da pesquisa venha a lhe ocorrer, você terá direito a solicitar indenização através das vias judiciais (de acordo com o Código Civil, Lei 10.406/2002, Artigos 927 a 954 e Resolução CNS nº 510 de 2016, Artigo 19).

7 Os benefícios esperados com esta pesquisa são: servir de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento não têm o conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje. Em particular, será de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quem foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da Publicidade e Propaganda em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

8. Você poderá contar com a assistência de Flávio Prates da Fonseca Neto, sendo responsável por ela a Prof.^a Doutora Elsa Simões, orientadora do projeto de pesquisa.

9. Os resultados da presente pesquisa, bem como a dissertação, após um período de embargo para permitir a sua publicação, ficará depositada e acessível no repositório institucional da UFP Universidade Fernando Pessoa – Porto – Portugal), o que permitirá ampla divulgação na comunidade científica.

Após o referido período de embargo, uma versão reduzida da tese ou um artigo será publicada em revista científica a designar, na área das Ciências da Comunicação, com elevado fator de impacto e indexada. Previamente à publicação, uma cópia será enviada aos voluntários que aceitaram participar das entrevistas dessa pesquisa e sempre que desejarem, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas deste estudo.

Além disso, buscaremos levar os dados para ampla divulgação universitária, dada a relevância e impacto que os resultados poderão exercer na gestão dos grupos de pesquisa da área de conhecimento pesquisada.



Página 2 de 4

10. A qualquer momento, você poderá recusar a continuar participando do estudo e, também, poderá retirar seu consentimento, sem que isso lhe traga qualquer penalidade ou prejuízo.

11. Asseguramos ao participante da pesquisa garantia de sigilo de modo a manter a privacidade e seu anonimato no caso de não permitir sua identificação, porém, esclarecemos que em caso de tal autorização ser concedida e não houver objeção, que seu nome será citado como uma das pessoas que contribuíram para o levantamento das informações e dados a que busca o objeto desta pesquisa. Importante frisar que a divulgação das respostas das entrevistas só será feita, preliminarmente, entre os profissionais estudiosos do assunto, e apenas após a sua autorização.

☒ (X) Permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

12. Nesta pesquisa serão utilizadas tecnologias de comunicação de áudio e vídeo, sendo assim, as entrevistas serão gravadas para obtenção de registros audiovisuais da conversa e posterior transcrição. Para tanto é imprescindível esclarecê-lo (a) sobre a necessidade da concessão de autorização do uso de sua voz, imagem e opinião conforme abaixo:

☒ (X) Permito a divulgação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a publicação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

13. Esta pesquisa não envolve nenhum tipo de compensação financeira, nem lhe acarretará nenhum tipo de custo, devido ao seu caráter exclusivamente virtual. Todavia, caso você tenha alguma eventual despesa relacionada à presente pesquisa, como gasto com internet, deslocamento, você será ressarcido(a), sendo garantida a existência de recursos.

14. Você será indenizado(a) por qualquer dano que venha a sofrer com a sua participação na pesquisa.

15. Os dados desta pesquisa serão tornados públicos, por meio de publicação científica especializada com bom índice de credibilidade, sejam os dados considerados favoráveis ou não.

16. Você receberá uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por todos. **É RECOMENDADO GUARDAR ESTE DOCUMENTO**, para caso você possa precisar dele no futuro.

Endereço da equipe da pesquisa Instituição:

Universidade Fernando Pessoa
Endereço: Praça 9 de Abril, 349
Complemento: Cidade/CEP: Porto – Portugal -
4249-004
e-mail: info@ufp.edu.pt
Telefone: +351 225071300
Ponto de referência: Em Frente à Praça 9 de Abril

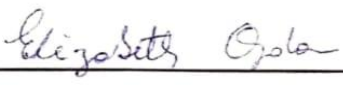
Contato de urgência: Flávio Prates da Fonseca Neto Endereço:

Rua Buenos Aires, 410/704
Complemento: Jardim das Américas
Cidade/CEP: Cuiabá – MT – 78060-634
Telefone: (65) 98111 7262
Ponto de referência: Em frente à Praça da Padaria América

Both João

ATENÇÃO: O Comitê de Ética da UNIC (Universidade de Cuiabá), responsável por acompanhar as pesquisas envolvendo seres humanos, do ponto de vista ético, analisou e aprovou este projeto de pesquisa. Para obter mais informações a respeito deste projeto de pesquisa, informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo, dirija-se ao:
Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Cuiabá (UNIC)
Rua: Av. Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso
Contato por e-mail: cep.unic@kroton.com.br
Telefone e horários para contato: (65)3363-1271

Li e concordo em participar da pesquisa. Cuiabá, 10 de abril de 2024

	
Beth Ajala – Participante	Flavio Prates: Pesquisador Principal



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da dissertação intitulada "A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO. UMA HISTÓRIA CONTADA. (O CASO MCA PROPAGANDA - A ESCOLA ANTES DA ESCOLA) PERÍODO - 1979 a 1989", realizada por Flávio Prates da Fonseca Neto no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação (ramo de Relações Públicas, Publicidade e Marketing) da Universidade Fernando Pessoa, na cidade de Porto – Portugal e orientado pela, Prof.ª Doutora Elsa Simões (Professora Associada).

A seguir, as informações do projeto de pesquisa com relação a sua participação neste projeto:

1. O estudo se destina a investigar o modo como ocorreu a formação e estruturação do negócio da Publicidade, bem como de profissionais que pudessem atuar de forma competente neste setor em Mato Grosso, em um período em que não havia faculdades de comunicação no estado.

Essa história será contada por aqueles mesmos que fizeram acontecer a publicidade naquele período, servirá de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento, não têm conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje.

2. A importância deste estudo é de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quais foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da publicidade em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

3. O resultado que se deseja alcançar com esse estudo é preencher uma enorme lacuna da história econômica de Mato Grosso e confirmar-se em uma importante contribuição ao conhecimento dada por aqueles que vivenciaram e construíram essa mesma história que até então, ainda não foi contada.

4. A pesquisa consistirá em um estudo de caso, inicialmente uma pesquisa documental que pôde encontrar o anúncio publicitário criado em comemoração aos 10 anos de fundação da agência de publicidade MCA Propaganda publicado nos jornais que circularam em Cuiabá no ano de 1989. Este anúncio é a semente desta pesquisa.

O anúncio citado traz o título: "A agência que quando não fez escola, fez agências. MCA Propaganda, 10 anos à frente."

Abaixo do título, surge uma relação aproximada de cinquenta nomes de colaboradores que passaram pela MCA Propaganda entre sua fundação, em 1979, até seu aniversário de 10 anos, em 1989. Seu nome está nesta relação.

Encontrado o anúncio, a metodologia da pesquisa passa por ter entrevistas com pessoas que tiveram

Página 1 de 4

experiências práticas com o problema pesquisado. Este é o termo de consentimento para entrevistá-lo(a)

Em resumo, a metodologia utilizada será, inicialmente, um breve levantamento documental; posteriormente, um estudo de caso com pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva por meio de entrevistas em profundidade.

5. A sua participação consiste em responder a uma entrevista em dia e hora marcado de acordo com sua melhor disposição, de forma virtual/digital através do Google Meets e cujas respostas contribuirá para desvendar uma parte importante da história do mercado publicitário em Mato Grosso. Nas etapas descritas acima a sua identidade será totalmente preservada, bem como todo o seu relato, uma vez que sua contribuição será apenas tratada em ambiente acadêmico. Os dados obtidos com este estudo são sigilosos e serão usadas para fins exclusivos de pesquisa, conforme os objetivos propostos neste estudo.

6 Os incômodos e possíveis riscos à sua saúde física e/ou mental incluem: inibição ou constrangimento com alguma pergunta dos questionários. No entanto, lhe será garantido o direito de conhecer todas as perguntas que irá responder e o direito de não responder alguma pergunta específica que lhe for formulada. Caso, ainda assim, você associe qualquer dano psíquico, moral, intelectual, social ou cultural à sua participação neste projeto, você terá o direito de não participar ou interromper sua participação a qualquer momento sem qualquer tipo de penalidade. O tempo de resposta da entrevista é em torno de 30 a 40 minutos, caso você venha a considerar perda de tempo, poderá escolher retirar o seu consentimento, a qualquer momento que desejar, interrompendo a entrevista, sem que isso lhe traga qualquer tipo de prejuízo. Além disso, caso algum dano decorrente da pesquisa venha a lhe ocorrer, você terá direito a solicitar indenização através das vias judiciais (de acordo com o Código Civil, Lei 10.406/2002, Artigos 927 a 954 e Resolução CNS nº 510 de 2016, Artigo 19).

7 Os benefícios esperados com esta pesquisa são: servir de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento não têm o conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje. Em particular, será de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quem foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da Publicidade e Propaganda em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

8. Você poderá contar com a assistência de Flávio Prates da Fonseca Neto, sendo responsável por ela a Prof.^a Doutora Elsa Simões, orientadora do projeto de pesquisa.

9. Os resultados da presente pesquisa, bem como a dissertação, após um período de embargo para permitir a sua publicação, ficará depositada e acessível no repositório institucional da UFP Universidade Fernando Pessoa – Porto – Portugal), o que permitirá ampla divulgação na comunidade científica.

Após o referido período de embargo, uma versão reduzida da tese ou um artigo será publicada em revista científica a designar, na área das Ciências da Comunicação, com elevado fator de impacto e indexada. Previamente à publicação, uma cópia será enviada aos voluntários que aceitaram participar das entrevistas dessa pesquisa e sempre que desejarem, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas deste estudo.

Além disso, buscaremos levar os dados para ampla divulgação universitária, dada a relevância e impacto que os resultados poderão exercer na gestão dos grupos de pesquisa da área de conhecimento pesquisada.

Página 2 de 4



10. A qualquer momento, você poderá recusar a continuar participando do estudo e, também, poderá retirar seu consentimento, sem que isso lhe traga qualquer penalidade ou prejuízo.

11. Asseguramos ao participante da pesquisa garantia de sigilo de modo a manter a privacidade e seu anonimato no caso de não permitir sua identificação, porém, esclarecemos que em caso de tal autorização ser concedida e não houver objeção, que seu nome será citado como uma das pessoas que contribuíram para o levantamento das informações e dados a que busca o objeto desta pesquisa. Importante frisar que a divulgação das respostas das entrevistas só será feita, preliminarmente, entre os profissionais estudiosos do assunto, e apenas após a sua autorização.

☒ (X) Permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

12. Nesta pesquisa serão utilizadas tecnologias de comunicação de áudio e vídeo, sendo assim, as entrevistas serão gravadas para obtenção de registros audiovisuais da conversa e posterior transcrição. Para tanto é imprescindível esclarecê-lo (a) sobre a necessidade da concessão de autorização do uso de sua voz, imagem e opinião conforme abaixo:

☒ (X) Permito a divulgação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a publicação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

13. Esta pesquisa não envolve nenhum tipo de compensação financeira, nem lhe acarretará nenhum tipo de custo, devido ao seu caráter exclusivamente virtual. Todavia, caso você tenha alguma eventual despesa relacionada à presente pesquisa, como gasto com internet, deslocamento, você será ressarcido(a), sendo garantida a existência de recursos.

14. Você será indenizado(a) por qualquer dano que venha a sofrer com a sua participação na pesquisa.

15. Os dados desta pesquisa serão tornados públicos, por meio de publicação científica especializada com bom índice de credibilidade, sejam os dados considerados favoráveis ou não.

16. Você receberá uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por todos. É **RECOMENDADO GUARDAR ESTE DOCUMENTO**, para caso você possa precisar dele no futuro.

Endereço da equipe da pesquisa Instituição:

Universidade Fernando Pessoa
Endereço: Praça 9 de Abril, 349
Complemento: Cidade/CEP: Porto – Portugal -
4249-004
e-mail: info@ufp.edu.pt
Telefone: +351 225071300
Ponto de referência: Em Frente à Praça 9 de Abril

Contato de urgência: Flávio Prates da Fonseca Neto Endereço:

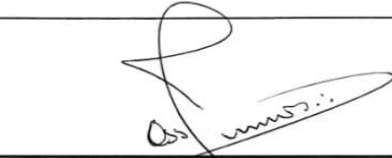
Rua Buenos Aires, 410/704
Complemento: Jardim das Américas
Cidade/CEP: Cuiabá – MT – 78060-634
Telefone: (65) 98111 7262
Ponto de referência: Em frente à Praça da Padaria América

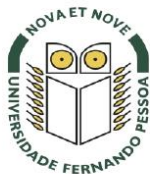
Página 3 de 4



ATENÇÃO: O Comitê de Ética da UNIC (Universidade de Cuiabá), responsável por acompanhar as pesquisas envolvendo seres humanos, do ponto de vista ético, analisou e aprovou este projeto de pesquisa. Para obter mais informações a respeito deste projeto de pesquisa, informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo, dirija-se ao:
Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Cuiabá (UNIC)
Rua: Av. Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso
Contato por e-mail: cep.unic@kroton.com.br
Telefone e horários para contato: (65)3363-1271

Li e concordo em participar da pesquisa. Cuiabá, 02 de abril de 2024

	
Osmar Soares – Participante	Flavio Prates: Pesquisador Principal



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da dissertação intitulada “A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO. UMA HISTÓRIA CONTADA. (O CASO MCA PROPAGANDA - A ESCOLA ANTES DA ESCOLA) PERÍODO - 1979 a 1989”, realizada por Flávio Prates da Fonseca Neto no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação (ramo de Relações Públicas, Publicidade e Marketing) da Universidade Fernando Pessoa, na cidade de Porto – Portugal e orientado pela, Prof.^a Doutora Elsa Simões (Professora Associada).

A seguir, as informações do projeto de pesquisa com relação a sua participação neste projeto:

1. O estudo se destina a investigar o modo como ocorreu a formação e estruturação do negócio da Publicidade, bem como de profissionais que pudessem atuar de forma competente neste setor em Mato Grosso, em um período em que não havia faculdades de comunicação no estado.

Essa história será contada por aqueles mesmos que fizeram acontecer a publicidade naquele período, servirá de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento, não têm conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje.

2. A importância deste estudo é de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quais foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da publicidade em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

3. O resultado que se deseja alcançar com esse estudo é preencher uma enorme lacuna da história econômica de Mato Grosso e confirmar-se em uma importante contribuição ao conhecimento dada por aqueles que vivenciaram e construíram essa mesma história que até então, ainda não foi contada.

4. A pesquisa consistirá em um estudo de caso, inicialmente uma pesquisa documental que pôde encontrar o anúncio publicitário criado em comemoração aos 10 anos de fundação da agência de publicidade MCA Propaganda publicado nos jornais que circularam em Cuiabá no ano de 1989. Este anúncio é a semente desta pesquisa.

O anúncio citado traz o título: “A agência que quando não fez escola, fez agências. MCA Propaganda, 10 anos à frente.”

Abaixo do título, surge uma relação aproximada de cinquenta nomes de colaboradores que passaram pela MCA Propaganda entre sua fundação, em 1979, até seu aniversário de 10 anos, em 1989. Seu nome está nesta relação.

Encontrado o anúncio, a metodologia da pesquisa passa por ter entrevistas com pessoas que tiveram

Página 1 de 4

experiências práticas com o problema pesquisado. Este é o termo de consentimento para entrevistá-lo(a)

Em resumo, a metodologia utilizada será, inicialmente, um breve levantamento documental; posteriormente, um estudo de caso com pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva por meio de entrevistas em profundidade.

5. A sua participação consiste em responder a uma entrevista em dia e hora marcado de acordo com sua melhor disposição, de forma virtual/digital através do Google Meets e cujas respostas contribuirá para desvendar uma parte importante da história do mercado publicitário em Mato Grosso. Nas etapas descritas acima a sua identidade será totalmente preservada, bem como todo o seu relato, uma vez que sua contribuição será apenas tratada em ambiente acadêmico. Os dados obtidos com este estudo são sigilosos e serão usadas para fins exclusivos de pesquisa, conforme os objetivos propostos neste estudo.

6 Os incômodos e possíveis riscos à sua saúde física e/ou mental incluem: inibição ou constrangimento com alguma pergunta dos questionários. No entanto, lhe será garantido o direito de conhecer todas as perguntas que irá responder e o direito de não responder alguma pergunta específica que lhe for formulada. Caso, ainda assim, você associe qualquer dano psíquico, moral, intelectual, social ou cultural à sua participação neste projeto, você terá o direito de não participar ou interromper sua participação a qualquer momento sem qualquer tipo de penalidade. O tempo de resposta da entrevista é em torno de 30 a 40 minutos, caso você venha a considerar perda de tempo, poderá escolher retirar o seu consentimento, a qualquer momento que desejar, interrompendo a entrevista, sem que isso lhe traga qualquer tipo de prejuízo. Além disso, caso algum dano decorrente da pesquisa venha a lhe ocorrer, você terá direito a solicitar indenização através das vias judiciais (de acordo com o Código Civil, Lei 10.406/2002, Artigos 927 a 954 e Resolução CNS nº 510 de 2016, Artigo 19).

7 Os benefícios esperados com esta pesquisa são: servir de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento não têm o conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje. Em particular, será de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quem foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da Publicidade e Propaganda em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

8. Você poderá contar com a assistência de Flávio Prates da Fonseca Neto, sendo responsável por ela a Prof.^a Doutora Elsa Simões, orientadora do projeto de pesquisa.

9. Os resultados da presente pesquisa, bem como a dissertação, após um período de embargo para permitir a sua publicação, ficará depositada e acessível no repositório institucional da UFP Universidade Fernando Pessoa – Porto – Portugal), o que permitirá ampla divulgação na comunidade científica.

Após o referido período de embargo, uma versão reduzida da tese ou um artigo será publicada em revista científica a designar, na área das Ciências da Comunicação, com elevado fator de impacto e indexada. Previamente à publicação, uma cópia será enviada aos voluntários que aceitaram participar das entrevistas dessa pesquisa e sempre que desejarem, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas deste estudo.

Além disso, buscaremos levar os dados para ampla divulgação universitária, dada a relevância e impacto que os resultados poderão exercer na gestão dos grupos de pesquisa da área de conhecimento pesquisada.

10. A qualquer momento, você poderá recusar a continuar participando do estudo e, também, poderá retirar seu consentimento, sem que isso lhe traga qualquer penalidade ou prejuízo.

11. Asseguramos ao participante da pesquisa garantia de sigilo de modo a manter a privacidade e seu anonimato no caso de não permitir sua identificação, porém, esclarecemos que em caso de tal autorização ser concedida e não houver objeção, que seu nome será citado como uma das pessoas que contribuíram para o levantamento das informações e dados a que busca o objeto desta pesquisa. Importante frisar que a divulgação das respostas das entrevistas só será feita, preliminarmente, entre os profissionais estudiosos do assunto, e apenas após a sua autorização.

(X) Permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

() Não permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

12. Nesta pesquisa serão utilizadas tecnologias de comunicação de áudio e vídeo, sendo assim, as entrevistas serão gravadas para obtenção de registros audiovisuais da conversa e posterior transcrição. Para tanto é imprescindível esclarecê-lo (a) sobre a necessidade da concessão de autorização do uso de sua voz, imagem e opinião conforme abaixo:

(X) Permito a divulgação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

() Não permito a publicação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

13. Esta pesquisa não envolve nenhum tipo de compensação financeira, nem lhe acarretará nenhum tipo de custo, devido ao seu caráter exclusivamente virtual. Todavia, caso você tenha alguma eventual despesa relacionada à presente pesquisa, como gasto com internet, deslocamento, você será ressarcido(a), sendo garantida a existência de recursos.

14. Você será indenizado(a) por qualquer dano que venha a sofrer com a sua participação na pesquisa.

15. Os dados desta pesquisa serão tornados públicos, por meio de publicação científica especializada com bom índice de credibilidade, sejam os dados considerados favoráveis ou não.

16. Você receberá uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por todos. **É RECOMENDADO GUARDAR ESTE DOCUMENTO**, para caso você possa precisar dele no futuro.

Endereço da equipe da pesquisa Instituição:
Universidade Fernando Pessoa
Endereço: Praça 9 de Abril, 349
Complemento: Cidade/CEP: Porto – Portugal -
4249-004
e-mail: info@ufp.edu.pt
Telefone: +351 225071300
Ponto de referência: Em Frente à Praça 9 de Abril

Contato de urgência: Flávio Prates da Fonseca Neto Endereço:
Rua Buenos Aires, 410/704
Complemento: Jardim das Américas
Cidade/CEP: Cuiabá – MT – 78060-634
Telefone: (65) 98111 7262
Ponto de referência: Em frente à Praça da Padaria América

ATENÇÃO: O Comitê de Ética da UNIC (Universidade de Cuiabá), responsável por acompanhar as pesquisas envolvendo seres humanos, do ponto de vista ético, analisou e aprovou este projeto de pesquisa. Para obter mais informações a respeito deste projeto de pesquisa, informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo, dirija-se ao:

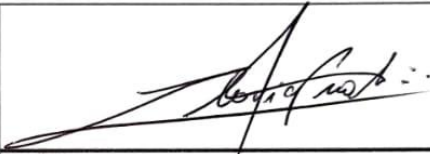
Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Cuiabá (UNIC)

Rua: Av. Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso

Contato por e-mail: cep.unic@kroton.com.br

Telefone e horários para contato: (65)3363-1271

Li e concordo em participar da pesquisa. Cuiabá, 26 de abril de 2024

	
Valéria Del Cueto – Participante	Flavio Prates: Pesquisador Principal



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da dissertação intitulada "A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO. UMA HISTÓRIA CONTADA. (O CASO MCA PROPAGANDA - A ESCOLA ANTES DA ESCOLA) PERÍODO - 1979 a 1989", realizada por Flávio Prates da Fonseca Neto no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação (ramo de Relações Públicas, Publicidade e Marketing) da Universidade Fernando Pessoa, na cidade de Porto – Portugal e orientado pela, Prof.^a Doutora Elsa Simões (Professora Associada).

A seguir, as informações do projeto de pesquisa com relação a sua participação neste projeto:

1. O estudo se destina a investigar o modo como ocorreu a formação e estruturação do negócio da Publicidade, bem como de profissionais que pudessem atuar de forma competente neste setor em Mato Grosso, em um período em que não havia faculdades de comunicação no estado.

Essa história será contada por aqueles mesmos que fizeram acontecer a publicidade naquele período, servirá de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento, não têm conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje.

2. A importância deste estudo é de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quais foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da publicidade em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

3. O resultado que se deseja alcançar com esse estudo é preencher uma enorme lacuna da história econômica de Mato Grosso e confirmar-se em uma importante contribuição ao conhecimento dada por aqueles que vivenciaram e construíram essa mesma história que até então, ainda não foi contada.

4. A pesquisa consistirá em um estudo de caso, inicialmente uma pesquisa documental que pôde encontrar o anúncio publicitário criado em comemoração aos 10 anos de fundação da agência de publicidade MCA Propaganda publicado nos jornais que circularam em Cuiabá no ano de 1989. Este anúncio é a semente desta pesquisa.

O anúncio citado traz o título: "A agência que quando não fez escola, fez agências. MCA Propaganda, 10 anos à frente."

Abaixo do título, surge uma relação aproximada de cinquenta nomes de colaboradores que passaram pela MCA Propaganda entre sua fundação, em 1979, até seu aniversário de 10 anos, em 1989. Seu nome está nesta relação.

Encontrado o anúncio, a metodologia da pesquisa passa por ter entrevistas com pessoas que tiveram

Página 1 de 4

experiências práticas com o problema pesquisado. Este é o termo de consentimento para entrevistá-lo(a)

Em resumo, a metodologia utilizada será, inicialmente, um breve levantamento documental; posteriormente, um estudo de caso com pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva por meio de entrevistas em profundidade.

5. A sua participação consiste em responder a uma entrevista em dia e hora marcado de acordo com sua melhor disposição, de forma virtual/digital através do Google Meets e cujas respostas contribuirá para desvendar uma parte importante da história do mercado publicitário em Mato Grosso. Nas etapas descritas acima a sua identidade será totalmente preservada, bem como todo o seu relato, uma vez que sua contribuição será apenas tratada em ambiente acadêmico. Os dados obtidos com este estudo são sigilosos e serão usadas para fins exclusivos de pesquisa, conforme os objetivos propostos neste estudo.

6 Os incômodos e possíveis riscos à sua saúde física e/ou mental incluem: inibição ou constrangimento com alguma pergunta dos questionários. No entanto, lhe será garantido o direito de conhecer todas as perguntas que irá responder e o direito de não responder alguma pergunta específica que lhe for formulada. Caso, ainda assim, você associe qualquer dano psíquico, moral, intelectual, social ou cultural à sua participação neste projeto, você terá o direito de não participar ou interromper sua participação a qualquer momento sem qualquer tipo de penalidade. O tempo de resposta da entrevista é em torno de 30 a 40 minutos, caso você venha a considerar perda de tempo, poderá escolher retirar o seu consentimento, a qualquer momento que desejar, interrompendo a entrevista, sem que isso lhe traga qualquer tipo de prejuízo. Além disso, caso algum dano decorrente da pesquisa venha a lhe ocorrer, você terá direito a solicitar indenização através das vias judiciais (de acordo com o Código Civil, Lei 10.406/2002, Artigos 927 a 954 e Resolução CNS nº 510 de 2016, Artigo 19).

7 Os benefícios esperados com esta pesquisa são: servir de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento não têm o conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje. Em particular, será de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quem foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da Publicidade e Propaganda em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

8. Você poderá contar com a assistência de Flávio Prates da Fonseca Neto, sendo responsável por ela a Prof.^a Doutora Elsa Simões, orientadora do projeto de pesquisa.

9. Os resultados da presente pesquisa, bem como a dissertação, após um período de embargo para permitir a sua publicação, ficará depositada e acessível no repositório institucional da UFP Universidade Fernando Pessoa – Porto – Portugal), o que permitirá ampla divulgação na comunidade científica.

Após o referido período de embargo, uma versão reduzida da tese ou um artigo será publicada em revista científica a designar, na área das Ciências da Comunicação, com elevado fator de impacto e indexada. Previamente à publicação, uma cópia será enviada aos voluntários que aceitaram participar das entrevistas dessa pesquisa e sempre que desejarem, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas deste estudo.

Além disso, buscaremos levar os dados para ampla divulgação universitária, dada a relevância e impacto que os resultados poderão exercer na gestão dos grupos de pesquisa da área de conhecimento pesquisada.

10. A qualquer momento, você poderá recusar a continuar participando do estudo e, também, poderá retirar seu consentimento, sem que isso lhe traga qualquer penalidade ou prejuízo.

11. Asseguramos ao participante da pesquisa garantia de sigilo de modo a manter a privacidade e seu anonimato no caso de não permitir sua identificação, porém, esclarecemos que em caso de tal autorização ser concedida e não houver objeção, que seu nome será citado como uma das pessoas que contribuíram para o levantamento das informações e dados a que busca o objeto desta pesquisa. Importante frisar que a divulgação das respostas das entrevistas só será feita, preliminarmente, entre os profissionais estudiosos do assunto, e apenas após a sua autorização.

☒ (X) Permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

12. Nesta pesquisa serão utilizadas tecnologias de comunicação de áudio e vídeo, sendo assim, as entrevistas serão gravadas para obtenção de registros audiovisuais da conversa e posterior transcrição. Para tanto é imprescindível esclarecê-lo (a) sobre a necessidade da concessão de autorização do uso de sua voz, imagem e opinião conforme abaixo:

☒ (X) Permito a divulgação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a publicação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

13. Esta pesquisa não envolve nenhum tipo de compensação financeira, nem lhe acarretará nenhum tipo de custo, devido ao seu caráter exclusivamente virtual. Todavia, caso você tenha alguma eventual despesa relacionada à presente pesquisa, como gasto com internet, deslocamento, você será ressarcido(a), sendo garantida a existência de recursos.

14. Você será indenizado(a) por qualquer dano que venha a sofrer com a sua participação na pesquisa.

15. Os dados desta pesquisa serão tornados públicos, por meio de publicação científica especializada com bom índice de credibilidade, sejam os dados considerados favoráveis ou não.

16. Você receberá uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por todos. É **RECOMENDADO GUARDAR ESTE DOCUMENTO**, para caso você possa precisar dele no futuro.

Endereço da equipe da pesquisa Instituição:

Universidade Fernando Pessoa
Endereço: Praça 9 de Abril, 349
Complemento: Cidade/CEP: Porto – Portugal -
4249-004
e-mail: info@ufp.edu.pt
Telefone: +351 225071300
Ponto de referência: Em Frente à Praça 9 de Abril

Contato de urgência: Flávio Prates da Fonseca Neto Endereço:

Rua Buenos Aires, 410/704
Complemento: Jardim das Américas
Cidade/CEP: Cuiabá – MT – 78060-634
Telefone: (65) 98111 7262
Ponto de referência: Em frente à Praça da Padaria América

ATENÇÃO: O Comitê de Ética da UNIC (Universidade de Cuiabá), responsável por acompanhar as pesquisas envolvendo seres humanos, do ponto de vista ético, analisou e aprovou este projeto de pesquisa. Para obter mais informações a respeito deste projeto de pesquisa, informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo, dirija-se ao:
Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Cuiabá (UNIC)
Rua: Av. Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso
Contato por e-mail: cep.unic@kroton.com.br
Telefone e horários para contato: (65)3363-1271

Li e concordo em participar da pesquisa. Cuiabá, 01 de abril de 2024

	
Eliseu Freitas – Participante	Flavio Prates: Pesquisador Principal



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da dissertação intitulada “A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO. UMA HISTÓRIA CONTADA. (O CASO MCA PROPAGANDA - A ESCOLA ANTES DA ESCOLA) PERÍODO - 1979 a 1989”, realizada por Flávio Prates da Fonseca Neto no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação (ramo de Relações Públicas, Publicidade e Marketing) da Universidade Fernando Pessoa, na cidade de Porto – Portugal e orientado pela, Prof.^a Doutora Elsa Simões (Professora Associada).

A seguir, as informações do projeto de pesquisa com relação a sua participação neste projeto:

1. O estudo se destina a investigar o modo como ocorreu a formação e estruturação do negócio da Publicidade, bem como de profissionais que pudessem atuar de forma competente neste setor em Mato Grosso, em um período em que não havia faculdades de comunicação no estado.

Essa história será contada por aqueles mesmos que fizeram acontecer a publicidade naquele período, servirá de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento, não têm conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje.

2. A importância deste estudo é de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quais foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da publicidade em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

3. O resultado que se deseja alcançar com esse estudo é preencher uma enorme lacuna da história econômica de Mato Grosso e confirmar-se em uma importante contribuição ao conhecimento dada por aqueles que vivenciaram e construíram essa mesma história que até então, ainda não foi contada.

4. A pesquisa consistirá em um estudo de caso, inicialmente uma pesquisa documental que pôde encontrar o anúncio publicitário criado em comemoração aos 10 anos de fundação da agência de publicidade MCA Propaganda publicado nos jornais que circularam em Cuiabá no ano de 1989. Este anúncio é a semente desta pesquisa.

O anúncio citado traz o título: “A agência que quando não fez escola, fez agências. MCA Propaganda, 10 anos à frente.”

Abaixo do título, surge uma relação aproximada de cinquenta nomes de colaboradores que passaram pela MCA Propaganda entre sua fundação, em 1979, até seu aniversário de 10 anos, em 1989. Seu nome está nesta relação.

Encontrado o anúncio, a metodologia da pesquisa passa por ter entrevistas com pessoas que tiveram

Página 1 de 4

CSP

experiências práticas com o problema pesquisado. Este é o termo de consentimento para entrevistá-lo(a)

Em resumo, a metodologia utilizada será, inicialmente, um breve levantamento documental; posteriormente, um estudo de caso com pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva por meio de entrevistas em profundidade.

5. A sua participação consiste em responder a uma entrevista em dia e hora marcado de acordo com sua melhor disposição, de forma virtual/digital através do Google Meets e cujas respostas contribuirá para desvendar uma parte importante da história do mercado publicitário em Mato Grosso. Nas etapas descritas acima a sua identidade será totalmente preservada, bem como todo o seu relato, uma vez que sua contribuição será apenas tratada em ambiente acadêmico. Os dados obtidos com este estudo são sigilosos e serão usadas para fins exclusivos de pesquisa, conforme os objetivos propostos neste estudo.

6 Os incômodos e possíveis riscos à sua saúde física e/ou mental incluem: inibição ou constrangimento com alguma pergunta dos questionários. No entanto, lhe será garantido o direito de conhecer todas as perguntas que irá responder e o direito de não responder alguma pergunta específica que lhe for formulada. Caso, ainda assim, você associe qualquer dano psíquico, moral, intelectual, social ou cultural à sua participação neste projeto, você terá o direito de não participar ou interromper sua participação a qualquer momento sem qualquer tipo de penalidade. O tempo de resposta da entrevista é em torno de 30 a 40 minutos, caso você venha a considerar perda de tempo, poderá escolher retirar o seu consentimento, a qualquer momento que desejar, interrompendo a entrevista, sem que isso lhe traga qualquer tipo de prejuízo. Além disso, caso algum dano decorrente da pesquisa venha a lhe ocorrer, você terá direito a solicitar indenização através das vias judiciais (de acordo com o Código Civil, Lei 10.406/2002, Artigos 927 a 954 e Resolução CNS nº 510 de 2016, Artigo 19).

7 Os benefícios esperados com esta pesquisa são: servir de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento não têm o conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje. Em particular, será de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quem foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da Publicidade e Propaganda em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

8. Você poderá contar com a assistência de Flávio Prates da Fonseca Neto, sendo responsável por ela a Prof.^a Doutora Elsa Simões, orientadora do projeto de pesquisa.

9. Os resultados da presente pesquisa, bem como a dissertação, após um período de embargo para permitir a sua publicação, ficará depositada e acessível no repositório institucional da UFP Universidade Fernando Pessoa – Porto – Portugal), o que permitirá ampla divulgação na comunidade científica.

Após o referido período de embargo, uma versão reduzida da tese ou um artigo será publicada em revista científica a designar, na área das Ciências da Comunicação, com elevado fator de impacto e indexada. Previamente à publicação, uma cópia será enviada aos voluntários que aceitaram participar das entrevistas dessa pesquisa e sempre que desejarem, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas deste estudo.

Além disso, buscaremos levar os dados para ampla divulgação universitária, dada a relevância e impacto que os resultados poderão exercer na gestão dos grupos de pesquisa da área de conhecimento pesquisada.

10. A qualquer momento, você poderá recusar a continuar participando do estudo e, também, poderá retirar seu consentimento, sem que isso lhe traga qualquer penalidade ou prejuízo.

11. Asseguramos ao participante da pesquisa garantia de sigilo de modo a manter a privacidade e seu anonimato no caso de não permitir sua identificação, porém, esclarecemos que em caso de tal autorização ser concedida e não houver objeção, que seu nome será citado como uma das pessoas que contribuíram para o levantamento das informações e dados a que busca o objeto desta pesquisa. Importante frisar que a divulgação das respostas das entrevistas só será feita, preliminarmente, entre os profissionais estudiosos do assunto, e apenas após a sua autorização.

☒ (X) Permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

12. Nesta pesquisa serão utilizadas tecnologias de comunicação de áudio e vídeo, sendo assim, as entrevistas serão gravadas para obtenção de registros audiovisuais da conversa e posterior transcrição. Para tanto é imprescindível esclarecê-lo (a) sobre a necessidade da concessão de autorização do uso de sua voz, imagem e opinião conforme abaixo:

☒ (X) Permito a divulgação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a publicação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

13. Esta pesquisa não envolve nenhum tipo de compensação financeira, nem lhe acarretará nenhum tipo de custo, devido ao seu caráter exclusivamente virtual. Todavia, caso você tenha alguma eventual despesa relacionada à presente pesquisa, como gasto com internet, deslocamento, você será ressarcido(a), sendo garantida a existência de recursos.

14. Você será indenizado(a) por qualquer dano que venha a sofrer com a sua participação na pesquisa.

15. Os dados desta pesquisa serão tornados públicos, por meio de publicação científica especializada com bom índice de credibilidade, sejam os dados considerados favoráveis ou não.

16. Você receberá uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por todos. **É RECOMENDADO GUARDAR ESTE DOCUMENTO**, para caso você possa precisar dele no futuro.

Endereço da equipe da pesquisa Instituição:
Universidade Fernando Pessoa
Endereço: Praça 9 de Abril, 349
Complemento: Cidade/CEP: Porto – Portugal -
4249-004
e-mail: info@ufp.edu.pt
Telefone: +351 225071300
Ponto de referência: Em Frente à Praça 9 de Abril

Contato de urgência: Flávio Prates da Fonseca Neto Endereço:
Rua Buenos Aires, 410/704
Complemento: Jardim das Américas
Cidade/CEP: Cuiabá – MT – 78060-634
Telefone: (65) 98111 7262
Ponto de referência: Em frente à Praça da Padaria América

ATENÇÃO: O Comitê de Ética da UNIC (Universidade de Cuiabá), responsável por acompanhar as pesquisas envolvendo seres humanos, do ponto de vista ético, analisou e aprovou este projeto de pesquisa. Para obter mais informações a respeito deste projeto de pesquisa, informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo, dirija-se ao:

Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Cuiabá (UNIC)
Rua: Av. Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso
Contato por e-mail: cep.unic@kroton.com.br
Telefone e horários para contato: (65)3363-1271

Li e concordo em participar da pesquisa. Cuiabá, 23 de abril de 2024

	
Cassiano Pires – Participante	Flavio Prates: Pesquisador Principal



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da dissertação intitulada “A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO. UMA HISTÓRIA CONTADA. (O CASO MCA PROPAGANDA - A ESCOLA ANTES DA ESCOLA) PERÍODO - 1979 a 1989”, realizada por Flávio Prates da Fonseca Neto no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação (ramo de Relações Públicas, Publicidade e Marketing) da Universidade Fernando Pessoa, na cidade de Porto – Portugal e orientado pela, Prof.^a Doutora Elsa Simões (Professora Associada).

A seguir, as informações do projeto de pesquisa com relação a sua participação neste projeto:

1. O estudo se destina a investigar o modo como ocorreu a formação e estruturação do negócio da Publicidade, bem como de profissionais que pudessem atuar de forma competente neste setor em Mato Grosso, em um período em que não havia faculdades de comunicação no estado.

Essa história será contada por aqueles mesmos que fizeram acontecer a publicidade naquele período, servirá de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento, não têm conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje.

2. A importância deste estudo é de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quais foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da publicidade em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

3. O resultado que se deseja alcançar com esse estudo é preencher uma enorme lacuna da história econômica de Mato Grosso e confirmar-se em uma importante contribuição ao conhecimento dada por aqueles que vivenciaram e construíram essa mesma história que até então, ainda não foi contada.

4. A pesquisa consistirá em um estudo de caso, inicialmente uma pesquisa documental que pôde encontrar o anúncio publicitário criado em comemoração aos 10 anos de fundação da agência de publicidade MCA Propaganda publicado nos jornais que circularam em Cuiabá no ano de 1989. Este anúncio é a semente desta pesquisa.

O anúncio citado traz o título: “A agência que quando não fez escola, fez agências. MCA Propaganda, 10 anos à frente.”

Abaixo do título, surge uma relação aproximada de cinquenta nomes de colaboradores que passaram pela MCA Propaganda entre sua fundação, em 1979, até seu aniversário de 10 anos, em 1989. Seu nome está nesta relação.

Encontrado o anúncio, a metodologia da pesquisa passa por ter entrevistas com pessoas que tiveram

Página 1 de 4

experiências práticas com o problema pesquisado. Este é o termo de consentimento para entrevistá-lo(a)

Em resumo, a metodologia utilizada será, inicialmente, um breve levantamento documental; posteriormente, um estudo de caso com pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva por meio de entrevistas em profundidade.

5. A sua participação consiste em responder a uma entrevista em dia e hora marcado de acordo com sua melhor disposição, de forma virtual/digital através do Google Meets e cujas respostas contribuirá para desvendar uma parte importante da história do mercado publicitário em Mato Grosso. Nas etapas descritas acima a sua identidade será totalmente preservada, bem como todo o seu relato, uma vez que sua contribuição será apenas tratada em ambiente acadêmico. Os dados obtidos com este estudo são sigilosos e serão usadas para fins exclusivos de pesquisa, conforme os objetivos propostos neste estudo.

6 Os incômodos e possíveis riscos à sua saúde física e/ou mental incluem: inibição ou constrangimento com alguma pergunta dos questionários. No entanto, lhe será garantido o direito de conhecer todas as perguntas que irá responder e o direito de não responder alguma pergunta específica que lhe for formulada. Caso, ainda assim, você associe qualquer dano psíquico, moral, intelectual, social ou cultural à sua participação neste projeto, você terá o direito de não participar ou interromper sua participação a qualquer momento sem qualquer tipo de penalidade. O tempo de resposta da entrevista é em torno de 30 a 40 minutos, caso você venha a considerar perda de tempo, poderá escolher retirar o seu consentimento, a qualquer momento que desejar, interrompendo a entrevista, sem que isso lhe traga qualquer tipo de prejuízo. Além disso, caso algum dano decorrente da pesquisa venha a lhe ocorrer, você terá direito a solicitar indenização através das vias judiciais (de acordo com o Código Civil, Lei 10.406/2002, Artigos 927 a 954 e Resolução CNS nº 510 de 2016, Artigo 19).

7 Os benefícios esperados com esta pesquisa são: servir de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento não têm o conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje. Em particular, será de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quem foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da Publicidade e Propaganda em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

8. Você poderá contar com a assistência de Flávio Prates da Fonseca Neto, sendo responsável por ela a Prof.^a Doutora Elsa Simões, orientadora do projeto de pesquisa.

9. Os resultados da presente pesquisa, bem como a dissertação, após um período de embargo para permitir a sua publicação, ficará depositada e acessível no repositório institucional da UFP Universidade Fernando Pessoa – Porto – Portugal), o que permitirá ampla divulgação na comunidade científica.

Após o referido período de embargo, uma versão reduzida da tese ou um artigo será publicada em revista científica a designar, na área das Ciências da Comunicação, com elevado fator de impacto e indexada. Previamente à publicação, uma cópia será enviada aos voluntários que aceitaram participar das entrevistas dessa pesquisa e sempre que desejarem, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas deste estudo.

Além disso, buscaremos levar os dados para ampla divulgação universitária, dada a relevância e impacto que os resultados poderão exercer na gestão dos grupos de pesquisa da área de conhecimento pesquisada.

10. A qualquer momento, você poderá recusar a continuar participando do estudo e, também, poderá retirar seu consentimento, sem que isso lhe traga qualquer penalidade ou prejuízo.

11. Asseguramos ao participante da pesquisa garantia de sigilo de modo a manter a privacidade e seu anonimato no caso de não permitir sua identificação, porém, esclarecemos que em caso de tal autorização ser concedida e não houver objeção, que seu nome será citado como uma das pessoas que contribuíram para o levantamento das informações e dados a que busca o objeto desta pesquisa. Importante frisar que a divulgação das respostas das entrevistas só será feita, preliminarmente, entre os profissionais estudiosos do assunto, e apenas após a sua autorização.

☒ (X) Permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

12. Nesta pesquisa serão utilizadas tecnologias de comunicação de áudio e vídeo, sendo assim, as entrevistas serão gravadas para obtenção de registros audiovisuais da conversa e posterior transcrição. Para tanto é imprescindível esclarecê-lo (a) sobre a necessidade da concessão de autorização do uso de sua voz, imagem e opinião conforme abaixo:

☒ (X) Permito a divulgação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a publicação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

13. Esta pesquisa não envolve nenhum tipo de compensação financeira, nem lhe acarretará nenhum tipo de custo, devido ao seu caráter exclusivamente virtual. Todavia, caso você tenha alguma eventual despesa relacionada à presente pesquisa, como gasto com internet, deslocamento, você será ressarcido(a), sendo garantida a existência de recursos.

14. Você será indenizado(a) por qualquer dano que venha a sofrer com a sua participação na pesquisa.

15. Os dados desta pesquisa serão tornados públicos, por meio de publicação científica especializada com bom índice de credibilidade, sejam os dados considerados favoráveis ou não.

16. Você receberá uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por todos. **É RECOMENDADO GUARDAR ESTE DOCUMENTO**, para caso você possa precisar dele no futuro.

Endereço da equipe da pesquisa Instituição:
Universidade Fernando Pessoa
Endereço: Praça 9 de Abril, 349
Complemento: Cidade/CEP: Porto – Portugal -
4249-004
e-mail: info@ufp.edu.pt
Telefone: +351 225071300
Ponto de referência: Em Frente à Praça 9 de Abril

Contato de urgência: Flávio Prates da Fonseca Neto Endereço:
Rua Buenos Aires, 410/704
Complemento: Jardim das Américas
Cidade/CEP: Cuiabá – MT – 78060-634
Telefone: (65) 98111 7262
Ponto de referência: Em frente à Praça da Padaria América

ATENÇÃO: O Comitê de Ética da UNIC (Universidade de Cuiabá), responsável por acompanhar as pesquisas envolvendo seres humanos, do ponto de vista ético, analisou e aprovou este projeto de pesquisa. Para obter mais informações a respeito deste projeto de pesquisa, informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo, dirija-se ao:

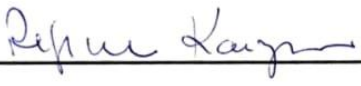
Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Cuiabá (UNIC)

Rua: Av. Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso

Contato por e-mail: cep_unic@kroton.com.br

Telefone e horários para contato: (65)3363-1271

Li e concordo em participar da pesquisa. Cuiabá, 14 de Maio de 2024

	
Regina Kaiser – Participante	Flavio Prates: Pesquisador Principal



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da dissertação intitulada "A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO. UMA HISTÓRIA CONTADA. (O CASO MCA PROPAGANDA - A ESCOLA ANTES DA ESCOLA) PERÍODO - 1979 a 1989", realizada por Flávio Prates da Fonseca Neto no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação (ramo de Relações Públicas, Publicidade e Marketing) da Universidade Fernando Pessoa, na cidade de Porto – Portugal e orientado pela. Prof.^a Doutora Elsa Simões (Professora Associada).

A seguir, as informações do projeto de pesquisa com relação a sua participação neste projeto:

1. O estudo se destina a investigar o modo como ocorreu a formação e estruturação do negócio da Publicidade, bem como de profissionais que pudessem atuar de forma competente neste setor em Mato Grosso, em um período em que não havia faculdades de comunicação no estado.

Essa história será contada por aqueles mesmos que fizeram acontecer a publicidade naquele período, servirá de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento, não têm conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje.

2. A importância deste estudo é de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quais foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da publicidade em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

3. O resultado que se deseja alcançar com esse estudo é preencher uma enorme lacuna da história econômica de Mato Grosso e confirmar-se em uma importante contribuição ao conhecimento dada por aqueles que vivenciaram e construíram essa mesma história que até então, ainda não foi contada.

4. A pesquisa consistirá em um estudo de caso, inicialmente uma pesquisa documental que pôde encontrar o anúncio publicitário criado em comemoração aos 10 anos de fundação da agência de publicidade MCA Propaganda publicado nos jornais que circularam em Cuiabá no ano de 1989. Este anúncio é a semente desta pesquisa.

O anúncio citado traz o título: "A agência que quando não fez escola, fez agências. MCA Propaganda, 10 anos à frente."

Abaixo do título, surge uma relação aproximada de cinquenta nomes de colaboradores que passaram pela MCA Propaganda entre sua fundação, em 1979, até seu aniversário de 10 anos, em 1989. Seu nome está nesta relação.

Encontrado o anúncio, a metodologia da pesquisa passa por ter entrevistas com pessoas que tiveram

experiências práticas com o problema pesquisado. Este é o termo de consentimento para entrevistá-lo(a)

Em resumo, a metodologia utilizada será, inicialmente, um breve levantamento documental; posteriormente, um estudo de caso com pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva por meio de entrevistas em profundidade.

5. A sua participação consiste em responder a uma entrevista em dia e hora marcado de acordo com sua melhor disposição, de forma virtual/digital através do Google Meets e cujas respostas contribuirá para desvendar uma parte importante da história do mercado publicitário em Mato Grosso. Nas etapas descritas acima a sua identidade será totalmente preservada, bem como todo o seu relato, uma vez que sua contribuição será apenas tratada em ambiente acadêmico. Os dados obtidos com este estudo são sigilosos e serão usadas para fins exclusivos de pesquisa, conforme os objetivos propostos neste estudo.

6 Os incômodos e possíveis riscos à sua saúde física e/ou mental incluem: inibição ou constrangimento com alguma pergunta dos questionários. No entanto, lhe será garantido o direito de conhecer todas as perguntas que irá responder e o direito de não responder alguma pergunta específica que lhe for formulada. Caso, ainda assim, você associe qualquer dano psíquico, moral, intelectual, social ou cultural à sua participação neste projeto, você terá o direito de não participar ou interromper sua participação a qualquer momento sem qualquer tipo de penalidade. O tempo de resposta da entrevista é em torno de 30 a 40 minutos, caso você venha a considerar perda de tempo, poderá escolher retirar o seu consentimento, a qualquer momento que desejar, interrompendo a entrevista, sem que isso lhe traga qualquer tipo de prejuízo. Além disso, caso algum dano decorrente da pesquisa venha a lhe ocorrer, você terá direito a solicitar indenização através das vias judiciais (de acordo com o Código Civil, Lei 10.406/2002, Artigos 927 a 954 e Resolução CNS nº 510 de 2016, Artigo 19).

7 Os benefícios esperados com esta pesquisa são: servir de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento não têm o conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje. Em particular, será de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quem foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da Publicidade e Propaganda em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

8. Você poderá contar com a assistência de Flávio Prates da Fonseca Neto, sendo responsável por ela a Prof.^a Doutora Elsa Simões, orientadora do projeto de pesquisa.

9. Os resultados da presente pesquisa, bem como a dissertação, após um período de embargo para permitir a sua publicação, ficará depositada e acessível no repositório institucional da UFP Universidade Fernando Pessoa – Porto – Portugal), o que permitirá ampla divulgação na comunidade científica.

Após o referido período de embargo, uma versão reduzida da tese ou um artigo será publicada em revista científica a designar, na área das Ciências da Comunicação, com elevado fator de impacto e indexada. Previamente à publicação, uma cópia será enviada aos voluntários que aceitaram participar das entrevistas dessa pesquisa e sempre que desejarem, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas deste estudo.

Além disso, buscaremos levar os dados para ampla divulgação universitária, dada a relevância e impacto que os resultados poderão exercer na gestão dos grupos de pesquisa da área de conhecimento pesquisada.



10. A qualquer momento, você poderá recusar a continuar participando do estudo e, também, poderá retirar seu consentimento, sem que isso lhe traga qualquer penalidade ou prejuízo.

11. Asseguramos ao participante da pesquisa garantia de sigilo de modo a manter a privacidade e seu anonimato no caso de não permitir sua identificação, porém, esclarecemos que em caso de tal autorização ser concedida e não houver objeção, que seu nome será citado como uma das pessoas que contribuíram para o levantamento das informações e dados a que busca o objeto desta pesquisa. Importante frisar que a divulgação das respostas das entrevistas só será feita, preliminarmente, entre os profissionais estudiosos do assunto, e apenas após a sua autorização.

☒ (X) Permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

12. Nesta pesquisa serão utilizadas tecnologias de comunicação de áudio e vídeo, sendo assim, as entrevistas serão gravadas para obtenção de registros audiovisuais da conversa e posterior transcrição. Para tanto é imprescindível esclarecê-lo (a) sobre a necessidade da concessão de autorização do uso de sua voz, imagem e opinião conforme abaixo:

☒ (X) Permito a divulgação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a publicação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

13. Esta pesquisa não envolve nenhum tipo de compensação financeira, nem lhe acarretará nenhum tipo de custo, devido ao seu caráter exclusivamente virtual. Todavia, caso você tenha alguma eventual despesa relacionada à presente pesquisa, como gasto com internet, deslocamento, você será ressarcido(a), sendo garantida a existência de recursos.

14. Você será indenizado(a) por qualquer dano que venha a sofrer com a sua participação na pesquisa.

15. Os dados desta pesquisa serão tornados públicos, por meio de publicação científica especializada com bom índice de credibilidade, sejam os dados considerados favoráveis ou não.

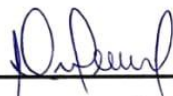
16. Você receberá uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por todos. É RECOMENDADO GUARDAR ESTE DOCUMENTO, para caso você possa precisar dele no futuro.

Endereço da equipe da pesquisa Instituição:
Universidade Fernando Pessoa
Endereço: Praça 9 de Abril, 349
Complemento: Cidade/CEP: Porto – Portugal -
4249-004
e-mail: info@ufp.edu.pt
Telefone: +351 225071300
Ponto de referência: Em Frente à Praça 9 de Abril

Contato de urgência: Flávio Prates da Fonseca Neto Endereço:
Rua Buenos Aires, 410/704
Complemento: Jardim das Américas
Cidade/CEP: Cuiabá – MT – 78060-634
Telefone: (65) 98111 7262
Ponto de referência: Em frente à Praça da Padaria América

ATENÇÃO: O Comitê de Ética da UNIC (Universidade de Cuiabá), responsável por acompanhar as pesquisas envolvendo seres humanos, do ponto de vista ético, analisou e aprovou este projeto de pesquisa. Para obter mais informações a respeito deste projeto de pesquisa, informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo, dirija-se ao:
Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Cuiabá (UNIC)
Rua: Av. Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso
Contato por e-mail: cep.unic@kroton.com.br
Telefone e horários para contato: (65)3363-1271

Li e concordo em participar da pesquisa. Cuiabá, 18 de abril de 2024

	
Marcia Moraes – Participante	Flavio Prates: Pesquisador Principal



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da dissertação intitulada "A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO. UMA HISTÓRIA CONTADA. (O CASO MCA PROPAGANDA - A ESCOLA ANTES DA ESCOLA) PERÍODO - 1979 a 1989", realizada por Flávio Prates da Fonseca Neto no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação (ramo de Relações Públicas, Publicidade e Marketing) da Universidade Fernando Pessoa, na cidade de Porto – Portugal e orientado pela, Prof.ª Doutora Elsa Simões (Professora Associada).

A seguir, as informações do projeto de pesquisa com relação a sua participação neste projeto:

1. O estudo se destina a investigar o modo como ocorreu a formação e estruturação do negócio da Publicidade, bem como de profissionais que pudessem atuar de forma competente neste setor em Mato Grosso, em um período em que não havia faculdades de comunicação no estado.

Essa história será contada por aqueles mesmos que fizeram acontecer a publicidade naquele período, servirá de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento, não têm conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje.

2. A importância deste estudo é de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quais foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da publicidade em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

3. O resultado que se deseja alcançar com esse estudo é preencher uma enorme lacuna da história econômica de Mato Grosso e confirmar-se em uma importante contribuição ao conhecimento dada por aqueles que vivenciaram e construíram essa mesma história que até então, ainda não foi contada.

4. A pesquisa consistirá em um estudo de caso, inicialmente uma pesquisa documental que pôde encontrar o anúncio publicitário criado em comemoração aos 10 anos de fundação da agência de publicidade MCA Propaganda publicado nos jornais que circularam em Cuiabá no ano de 1989. Este anúncio é a semente desta pesquisa.

O anúncio citado traz o título: "A agência que quando não fez escola, fez agências. MCA Propaganda, 10 anos à frente."

Abaixo do título, surge uma relação aproximada de cinquenta nomes de colaboradores que passaram pela MCA Propaganda entre sua fundação, em 1979, até seu aniversário de 10 anos, em 1989. Seu nome está nesta relação.

Encontrado o anúncio, a metodologia da pesquisa passa por ter entrevistas com pessoas que tiveram

experiências práticas com o problema pesquisado. Este é o termo de consentimento para entrevistá-lo(a)

Em resumo, a metodologia utilizada será, inicialmente, um breve levantamento documental; posteriormente, um estudo de caso com pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva por meio de entrevistas em profundidade.

5. A sua participação consiste em responder a uma entrevista em dia e hora marcado de acordo com sua melhor disposição, de forma virtual/digital através do Google Meets e cujas respostas contribuirá para desvendar uma parte importante da história do mercado publicitário em Mato Grosso. Nas etapas descritas acima a sua identidade será totalmente preservada, bem como todo o seu relato, uma vez que sua contribuição será apenas tratada em ambiente acadêmico. Os dados obtidos com este estudo são sigilosos e serão usadas para fins exclusivos de pesquisa, conforme os objetivos propostos neste estudo.

6 Os incômodos e possíveis riscos à sua saúde física e/ou mental incluem: inibição ou constrangimento com alguma pergunta dos questionários. No entanto, lhe será garantido o direito de conhecer todas as perguntas que irá responder e o direito de não responder alguma pergunta específica que lhe for formulada. Caso, ainda assim, você associe qualquer dano psíquico, moral, intelectual, social ou cultural à sua participação neste projeto, você terá o direito de não participar ou interromper sua participação a qualquer momento sem qualquer tipo de penalidade. O tempo de resposta da entrevista é em torno de 30 a 40 minutos, caso você venha a considerar perda de tempo, poderá escolher retirar o seu consentimento, a qualquer momento que desejar, interrompendo a entrevista, sem que isso lhe traga qualquer tipo de prejuízo. Além disso, caso algum dano decorrente da pesquisa venha a lhe ocorrer, você terá direito a solicitar indenização através das vias judiciais (de acordo com o Código Civil, Lei 10.406/2002, Artigos 927 a 954 e Resolução CNS nº 510 de 2016, Artigo 19).

7 Os benefícios esperados com esta pesquisa são: servir de referência para muitos profissionais e estudantes de todas as áreas da Comunicação Social, que até o presente momento não têm o conhecimento de como foi pavimentar essa longa estrada até os dias de hoje. Em particular, será de grande valia para o ensino de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso ao demonstrar e desvendar qual a verdadeira importância dos atores e quem foram esses que ajudaram a estruturar todo o negócio da Publicidade e Propaganda em Mato Grosso, um campo extremamente relevante para a economia do estado.

8. Você poderá contar com a assistência de Flávio Prates da Fonseca Neto, sendo responsável por ela a Prof.^a Doutora Elsa Simões, orientadora do projeto de pesquisa.

9. Os resultados da presente pesquisa, bem como a dissertação, após um período de embargo para permitir a sua publicação, ficará depositada e acessível no repositório institucional da UFP Universidade Fernando Pessoa – Porto – Portugal), o que permitirá ampla divulgação na comunidade científica.

Após o referido período de embargo, uma versão reduzida da tese ou um artigo será publicada em revista científica a designar, na área das Ciências da Comunicação, com elevado fator de impacto e indexada. Previamente à publicação, uma cópia será enviada aos voluntários que aceitaram participar das entrevistas dessa pesquisa e sempre que desejarem, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas deste estudo.

Além disso, buscaremos levar os dados para ampla divulgação universitária, dada a relevância e impacto que os resultados poderão exercer na gestão dos grupos de pesquisa da área de conhecimento pesquisada.

10. A qualquer momento, você poderá recusar a continuar participando do estudo e, também, poderá retirar seu consentimento, sem que isso lhe traga qualquer penalidade ou prejuízo.

11. Asseguramos ao participante da pesquisa garantia de sigilo de modo a manter a privacidade e seu anonimato no caso de não permitir sua identificação, porém, esclarecemos que em caso de tal autorização ser concedida e não houver objeção, que seu nome será citado como uma das pessoas que contribuíram para o levantamento das informações e dados a que busca o objeto desta pesquisa. Importante frisar que a divulgação das respostas das entrevistas só será feita, preliminarmente, entre os profissionais estudiosos do assunto, e apenas após a sua autorização.

☒ (X) Permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a minha identificação através de uso de meu nome nos resultados publicados da pesquisa.

12. Nesta pesquisa serão utilizadas tecnologias de comunicação de áudio e vídeo, sendo assim, as entrevistas serão gravadas para obtenção de registros audiovisuais da conversa e posterior transcrição. Para tanto é imprescindível esclarecê-lo (a) sobre a necessidade da concessão de autorização do uso de sua voz, imagem e opinião conforme abaixo:

☒ (X) Permito a divulgação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

☐ () Não permito a publicação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa.

13. Esta pesquisa não envolve nenhum tipo de compensação financeira, nem lhe acarretará nenhum tipo de custo, devido ao seu caráter exclusivamente virtual. Todavia, caso você tenha alguma eventual despesa relacionada à presente pesquisa, como gasto com internet, deslocamento, você será ressarcido(a), sendo garantida a existência de recursos.

14. Você será indenizado(a) por qualquer dano que venha a sofrer com a sua participação na pesquisa.

15. Os dados desta pesquisa serão tornados públicos, por meio de publicação científica especializada com bom índice de credibilidade, sejam os dados considerados favoráveis ou não.

16. Você receberá uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado por todos. É **RECOMENDADO GUARDAR ESTE DOCUMENTO**, para caso você possa precisar dele no futuro.

Endereço da equipe da pesquisa Instituição:

Universidade Fernando Pessoa

Endereço: Praça 9 de Abril, 349

Complemento: Cidade/CEP: Porto – Portugal -
4249-004

e-mail: info@ufp.edu.pt

Telefone: +351 225071300

Ponto de referência: Em Frente à Praça 9 de Abril

Contato de urgência: Flávio Prates da Fonseca Neto Endereço:

Rua Buenos Aires, 410/704

Complemento: Jardim das Américas

Cidade/CEP: Cuiabá – MT – 78060-634

Telefone: (65) 98111 7262

Ponto de referência: Em frente à Praça da Padaria América

ATENÇÃO: O Comitê de Ética da UNIC (Universidade de Cuiabá), responsável por acompanhar as pesquisas envolvendo seres humanos, do ponto de vista ético, analisou e aprovou este projeto de pesquisa. Para obter mais informações a respeito deste projeto de pesquisa, informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo, dirija-se ao:

Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Cuiabá (UNIC)
Rua: Av. Manoel José de Arruda, 3100, Bloco da Saúde I, 1º Piso
Contato por e-mail: cep.unic@kroton.com.br
Telefone e horários para contato: (65)3363-1271

Li e concordo em participar da pesquisa. Cuiabá, 08 de abril de 2024

	
Paulo Laurentino – Participante	Flavio Prates: Pesquisador Principal

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM ADRIZ JACOB

Flávio Prates

00:03

Boa noite, Adriz. Tudo bem?

Adriz Jacob

00:10

Calma aí, calma aí. Começando. Vai, de novo.

Flávio Prates

00:15

Boa noite, Adriz. Tudo bem? Como vai?

Adriz Jacob

00:18

Tudo bom? Tudo bem, tudo tranquilo. E você?

Flávio Prates

00:22

Tudo bem, Adriz. Primeiro queria agradecer pela sua participação aqui na pesquisa que a gente está fazendo sobre o levantamento da história aqui da publicidade em Mato Grosso, só esclarecendo que essa é uma pesquisa de mestrado que está sendo feita na Universidade Fernando Pessoa, na cidade do Porto, em Portugal, e o título diz A Consolidação do Mercado Publicitário em Mato Grosso, Uma História Contada, o Caso MCA Propaganda, a escola antes da escola. Período de 1979 a 1989, com orientação da professora doutora Elza Simões. Então, eu queria

começar pedindo que você fizesse uma breve apresentação sua, e logo na sequência eu vou fazer aqui uma relação de perguntas para você ir contando a sua versão dessa história desse tempo.

Adriz Jacob

01:22

Tá legal. Bom, para eu me apresentar inicialmente, eu tenho que... Esclarecer aí que a minha identificação nominal normalmente é como Adriz Jacob, que é pseudônimo, mas sou publicitário, já trabalho na área desde os 17 anos, portanto, eu já tenho praticamente 60 anos de trabalho. 50, na verdade, 50 e poucos anos. Venho trabalhando em todas as áreas da publicidade, já passei por todos os departamentos da publicidade. Atualmente, estou mais envolvido com produções de vídeo dos meus conteúdos, que é o “Vida na Estrada” e “Agrobusiness”, e já passei também por veículos de TV, Já trabalhei como repórter do “Siga Bem Caminhoneiro”, programa de televisão, já fiz várias coisas na área de comunicação. O início, na verdade... Comecei com 17 anos. Tenho uma grande admiração por muitos publicitários brasileiros. Mato Grosso, que eu sou de São Paulo, me deu muitas oportunidades dentro da área de comunicação.

Adriz Jacob

03:39

Falhou um pouco.

Flávio Prates

04:00

Adriz, aqui caiu. Adriz... Caiu um pouquinho, mas voltou agora.

Adriz Jacob

04:19

Voltou. Está me vendo? Estou ouvindo? Sim, agora sim. Está gravando? Está.

Flávio Prates

04:27

Então, deixa eu te perguntar aqui, você... Teve uma falhazinha aqui, mas vamos seguindo. Você chegou a estudar publicidade de alguma forma, seja curso técnico, graduação, ou você vem, é aquele talento nato mesmo que se descobre dentro do meio e se desenvolve? Como foi a sua formação?

Adriz Jacob

04:54

A minha história dentro da comunicação, na verdade, começou quando criança. Meu pai era fotógrafo, com a fotografia, desde muito pequeno, comecei a trabalhar ajudando a fazer revelações e cópias de fotos, e me chamou muita atenção. Eu queria muito saber como é que se produziam revistas. Logo que comecei a trabalhar, porque antigamente a gente começava a trabalhar com 14 anos, eu fui trabalhar numa gráfica em São Paulo para conhecer o que era uma gráfica, para saber como se produziam as revistas Cruzeiro, as revistas Manchete. Eu queria saber como é que se fazia os livros que eu lia, e fui trabalhar nessa gráfica. Bom, da gráfica para a publicidade foi um pulo. Eu fiz Comunicação Social e com opção para publicidade. Estudei na Anhembi - Morumbi e comecei a trabalhar. Já com 17 anos, entrei para estudar já trabalhando numa agência. E foi muito bom.

Adriz Jacob

06:19

Eu aprendi muito mais na agência do que na escola, porque, infelizmente, é assim comunicação. Em outras áreas, não. Na comunicação, a escola não era o que ensinava muito, até porque não existia nenhum equipamento que você pudesse aprender mais. Então, a gente aprendia muito mais na agência. Então, depois de fazer esse curso, foi a oportunidade que eu tive de crescer um pouco mais e conhecer um pouco mais da comunicação, e mais voltado para a produção gráfica, que meu

início numa agência de publicidade, na verdade, foi como assistente de mídia. Depois também de mídia antigamente, hoje acho que nem existe mais isso, não sei. E daí eu fui já para a produção gráfica, que era o grande objetivo meu.

Adriz Jacob

07:28

Fui trabalhar na agência primeiro como assistente de mídia, depois como produtor gráfico, o que me deu a oportunidade realmente de conhecer tudo que eu tinha vontade em gráfica. E, quando eu vim para Mato Grosso, eu tive a oportunidade de fazer tudo isso de novo. E eu já tinha algum conhecimento de vídeo, de produção de vídeo lá em São Paulo. Chegando em Cuiabá, eu tive a oportunidade também de trabalhar nessa área. Fizemos aqui muitas campanhas, para a televisão, e foi um período muito bom.

Flávio Prates

08:10

Adriz, quando que você veio para Cuiabá? Que época que você chegou aqui em Cuiabá?

Adriz Jacob

08:21

Eu me mudei, eu vim trabalhar em Cuiabá em 1981. 1981, eu vim para Cuiabá. E fui trabalhar na MCA como mídia.

Flávio Prates

08:41

É isso que eu ia te perguntar. Em Cuiabá, você trabalhou, então, na MCA, propaganda?

Adriz Jacob

08:50

Trabalhei. Em 81, eu trabalhei na MCA. Não foi só em 81, trabalhei em 82 também, e depois eu voltei para Campo Grande, para uma agência lá, E voltei novamente para Cuiabá para trabalhar na MCA, continuei trabalhando na MCA.

Flávio Prates

09:08

então foram dois períodos. Você trabalhou um período, voltou a Campo Grande e veio para Cuiabá de novo, sempre pela MCA. Isso.

Adriz Jacob

09:16

Isso!

Flávio Prates

09:19

E você lembra qual era a sua função profissional, seu cargo na MCA?

Adriz Jacob

09:22

Eu aprendi pela MCA. Não entendi.

Flávio Prates

09:29

Você lembra qual era a sua função profissional na MCA?

Adriz Jacob

09:35

Na MCA eu era mídia da agência, eu cuidava do departamento de mídia, inicialmente. E depois comecei a trabalhar também na área de produção gráfica. Quando eu voltei para Cuiabá, que eu fui embora e voltei, aí foi o período de 82 que teve a campanha política, que tinha o candidato Júlio Campos, e a MCA fazia a campanha do Júlio. E eu cuidei da parte de produção de vídeo dele. Fiquei lá até, acho que, 83, por aí, início de 83, eu fiquei na MCA.

Flávio Prates

10:24

Você já tinha trabalhado em agência de publicidade antes da MCA? Tinha experiência nessas funções de agência antes da MCA?

Adriz Jacob

10:37

Tinha, porque lá em São Paulo eu trabalhei na Vox Populi como mídia, depois trabalhei na Blow Up como produtor gráfico, depois em Campo Grande, que eu vim para Mato Grosso de São Paulo para trabalhar em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, numa agência que se chamava Loc3. E aí eu fazia também o trabalho de mídia e produção gráfica, que era o que eu conhecia mais naquela ocasião. Daí, de Campo Grande, eu vim para cá e comecei a atuar aqui no Departamento de Mídia, Produção Gráfica e um período de produção de vídeo. A MCA foi esse período aí, e depois que eu saí da MCA, Tive a oportunidade, com o Valmir e mais outros publicitários na época, de montar a nossa agência de publicidade, que se chamava Graffiti.

Flávio Prates

11:52

Adriz, conta pouco como era trabalhar em uma agência de propaganda no estado de Mato Grosso, no começo da década de 80, naquele período que era meio jurássico, como que era isso? Como era a rotina? O que você tem, por exemplo, que você pode contar, de repente, curioso, das dificuldades e tudo mais?

Adriz Jacob

12:24

Era muito difícil, primeiro porque a pouca tecnologia que existia lá em São Paulo, aqui em Cuiabá, não existia ainda. Então, para você... Os planos de mídia não tinham tantos problemas assim, porque naquela ocasião não existia computador, a gente fazia tudo na máquina de datilografia. Então, não tinha nada de muito diferente. Mas, na área de produção gráfica, por exemplo, aqui era muito rudimentar, em Cuiabá. As coisas eram muito difíceis. A maioria das produções gráficas que a gente fazia, se precisava de uma impressão em policromia, coisa assim, tinha que fazer fora. Eu fiz muito trabalho para Mato Grosso em gráficas em São Paulo, que eu conhecia as gráficas lá. E fiz também em Goiânia, que tinha já uma condição de mercado melhor. Como na área de vídeo, também era muito difícil, sabe? Para a gente...

Adriz Jacob

13:35

Assim, só para você entender, eu fiz o primeiro comercial de oferta na televisão, sabe? Com programações, de uma campanha só até sábado, por exemplo, que você trocava toda semana, era uma velocidade muito grande para aquela época fazer isso. Pegar os produtos na loja, levar para o estúdio, gravar, fazer o insert de preço e tudo mais em cartelas, presa na parede, filmar, era muito difícil. Não tinha como você fazer isso no teclado, colocar preço, insert nenhum, era tudo letra 7. E fiz também o primeiro anúncio de varejo no jornal, do supermercado Rio Branco, eu me lembro até hoje. Primeiro anúncio de varejo de página inteira com foto do produto, preço e título e tal, tudo na mão, tudo na munheca, porque não tinha como fazer de outra forma. E aí ia fotografar. Sabe quem fotografava para mim os produtos? Meneghini.

Adriz Jacob

14:58

Meneghini era o meu fotógrafo de produto para anúncio de varejo. E montar aquilo na mesa com nanquim, cola de sapateiro para montar a arte. E tinha que fazer tudo, porque não tinha como. O jornal que eu fazia esse trabalho, chamava Jornal da Manhã, parece, era jornal bem pequeno, não era dos grandes jornais da cidade. E foi o primeiro anúncio de varejo quem fez para o jornal e para a TV, fui eu quem fez.

Flávio Prates

15:36

Parabéns pelo pioneirismo. Mas olha, a própria narrativa sua demonstra aprendizado extraordinário do fazer ali, de vencer as dificuldades. Então a pergunta é assim, diferentinha, mas assim, você mais aprendeu ou mais ensinou nesse período da MCA propaganda? Conta como foi essa troca de aprendizado, de coisas lá.

Adriz Jacob

16:02

Bom, na MCA, a princípio, eu mais ensinei, sabe? Mais ensinei do que aprendi. Primeiro porque eu tive a oportunidade de já estar trabalhando em grande centro e, como mídia, fazer as programações de mídia, distribuir as inserções, organizar isso nos veículos, que a gente tinha TV, rádio, jornal, eventualmente uma revista local. Então, ao fazer a estratégia de mídia disso, eu mais ensinei do que aprendi. Na área de produção gráfica, mais ainda, eu mais ensinei do que aprendi. Porque aqui em Cuiabá, eu estou em Cuiabá agora, desenvolvendo trabalho, e aqui em Cuiabá o que existia eram gráficas em impressão tipográfica, não tinha offset aqui. E o que tinha de offset não tinha seleção de cores, nós não tínhamos impressão em policromia. Então eu mais ensinei do que aprendi no período da MCA. Muita gente aprendeu comigo.

Flávio Prates

17:18

Sim, eu ia até depois pedir para você citar alguns contemporâneos seus, mas primeiro quero fazer a pergunta. Então, essa experiência que você traz de São Paulo, essa vivência que você traz, evidentemente que você tinha pessoas assistentes ali, que te ajudavam, colegas e tudo mais. E de alguma maneira aqui você tinha colegas e contemporâneos aqui naquele momento e trouxe toda essa expertise de São Paulo. Aí a pergunta é: É correto afirmar que essas pessoas, essas experiências, que a MCA funcionou como uma espécie de escola da publicidade naquela época? Lá entre 79 e 89, porque naquele tempo não tinha escola, faculdade de comunicação em Cuiabá. Então, imagina você que veio com experiência, mas como você formava? Você, Mauro Cid e outros colegas formavam pessoas ali para ajudar a fazer essas montagens, essas coisas doidas, aí se não tinha escola?

Flávio Prates

18:23

Então é correto afirmar que vocês funcionaram como uma espécie de tutores, de ensinar as pessoas para trabalhar com vocês?

Adriz Jacob

18:35

É perfeito, é perfeito mesmo, é correto. Nós ensinamos muitas pessoas. Só para você ter uma ideia, quando se falou de mídia na MCA a primeira vez, ninguém conhecia mapa de mídia, sabe? Então, eu tive que desenhar mapa de mídia para mandar imprimir em tipografia para a gente planejar, fazer o plano de mídia. Não existia nada disso. Os espaços nos veículos eram comprados só na conversa, né? põe tantas inserções aí, põe tantas inserções na novela, tantos não sei aonde. Nem novela tinha direito ainda na emissora mais famosa das novelas, né? Mas... Ensinamos muita gente. Eu me lembro que tinha um menino que trabalhava com a gente, no laboratório de fotografia, porque muitas vezes eu que ia para o laboratório, porque tinha que fazer ampliações de texto para título, coisas dessa natureza, e eu que tinha que fazer às vezes, porque não tinha ninguém.

Adriz Jacob

19:50

E tinha menino, inclusive que a gente brincava muito com ele, eu lembro até hoje das brincadeiras, a gente o chamava de “negativo”, apropriadamente, por conta da pele dele. Então, o “negativo”, aprendeu muito, sabe? Aprendeu bastante. Lá na MCA apareceu depois o Ademir Ferlin, que conhecia um bocado também de agência, porque trabalhava em Campo Grande, numa agência lá. Somou na equipe e eu parei de ir para o laboratório e ficava só na mídia e depois na produção de vídeo e na produção gráfica. Ensinamos muitas pessoas.

Flávio Prates

20:38

Quer dizer, tinha até laboratório fotográfico dentro da agência para poder compor texto?

Adriz Jacob

20:43

Tinha, era necessário. E em São Paulo também tinha laboratório dentro da agência. Por quê? Naquele tempo, você às vezes tinha que fazer título de página inteira, por exemplo, anúncio de página no jornal. Você não tinha produção de letra para isso. Então, o pessoal da arte montava em lettraset, eu levava para o laboratório, fazia a foto com ampliador, você faz a foto ao contrário, você põe o texto embaixo e sensibiliza o filme em cima. E aí revelava, secava aquela película, ampliava no tamanho que a arte pedia para fazer o título, o subtítulo ou coisa assim, e o resto era tudo na lettraset. Aqui em Cuiabá, a gente começou a colocar essa proposta de fazer títulos maiores e tal, a chamava atenção, porque era tudo na mão, em lettraset.

Adriz Jacob

21:54

Não tinha letreset em condição de fazer título de página inteira, por exemplo. Então montava com a letreset, sei lá, corpo 14, levava para o laboratório e fazia título grande. Por isso que chamava atenção os títulos, a produção mesmo que fosse em tipografia, Era diferente. Os impressores ficavam doentes de raiva, porque fazer clichê com título daquele tamanho, o povo queria morrer, porque o clichê dava um trabalho danado para fazer.

Flávio Prates

22:35

Adriz, você chegou a fundar uma agência ou alguma empresa de comunicação, talvez até em outro ramo da comunicação, depois que você saiu da MCA, quais caminhos você seguiu pós-MCA?

Adriz Jacob

22:55

Inicialmente, nós fundamos a Griffó, que foi uma agência de publicidade. Fizemos, até bom lembrar disso, fizemos uma campanha para a prefeitura, que causou uma celeuma na cidade, que nós colocamos, era uma campanha de cobrança do IPTU, o prefeito era o Anildo Lima Barros, e nós colocamos um título que dizia o seguinte: “O IPTU aumentou mil por cento. Põe o prefeito na rua”. Isso deu mídia de graça, assim, muito maior do que o investimento em mídia da prefeitura. Por quê? Todos os veículos comentaram aquele título, o Outdoor que tinha com esse título. Foi um grande barulho aqui. Bom, depois disso, eu tive a oportunidade de montar outras empresas. A primeira empresa de Outdoor, de Cuiabá, foi minha. Isso em 82. Eu tinha uma empresinha de Outdoor. Eu quebrei porque...

Adriz Jacob

24:09

Os candidatos do lado oposto punham estopa na madeira do Outdoor, nos pés, e punha óleo queimado e punha fogo de noite. Derrubaram muitas placas minhas, não consegui manter. Ia com

a motosserra e cortava os pés dos Outdoor, porque não tinha Outdoor aqui, né? E eu comecei a produzir Outdoor aqui e imprimia em São Paulo.

Flávio Prates

24:38

O Outdoor.

Adriz Jacob

24:40

Aí chegava aqui, eu dobrava em casa e tal, tinha pessoal pra aplicar, né, pra aplicar o Outdoor. Então, aí tive a... Como é que chamava a minha empresa de Outdoor? GHIT, era o nome da minha empresa de Outdoor. Primeiro Outdoor, também fui eu que tive aqui. Depois eu montei a... Uma outra agência de publicidade, não me lembro agora o nome dela. E daí me levaram para trabalhar na agência do Grupo Pão de Açúcar, na PA Publicidade. Isso já estava em 1985, por aí. Depois eu voltei para São Paulo pela PA, fui para Curitiba, fui para outras praças, para outros mercados. É mais ou menos isso aí, mas tive sim, tive. E fui sócio da produtora de vídeo também, da... Como é que chamava? Não, como era o nome da... Da produtora, eu não me lembro agora.

Flávio Prates

25:51

MBC?

Adriz Jacob

25:53

MBC, MBC... MBC, é isso mesmo, é Malik, Bosco. É, o Eliseu, nós abrimos uma empresa de... Fundamos um sistema de comercialização de um grupo de veículos, que tinha jornal, TV, rádio, aqui em Cuiabá e em Rondonópolis. E nós criamos uma empresa para comercializar a mídia desse

grupo de comunicação, a Mix. Fomos sócios, o Eliseu e eu, na Mix. E fazíamos uma correria danada, porque a gente tinha pessoal de venda lá em Rondonópolis e em Cuiabá. Aí tínhamos que ir toda semana, foi um período bom. Fizemos uns movimentos bons até na época, lá de mídia, para esse grupo de comunicação que tinha esses veículos. Eram duas emissoras de rádio, uma de TV e jornal. Trabalho bom. Foram essas as empresas que eu me lembro. Pode ser que até tenham outras.

Adriz Jacob

27:10

Mas trabalhei na Z8, que é outra agência que tem uma grande história, quem fundou foi o Geraldo, Josué e a Marisa, fundaram a Z8. E, a uma certa altura, eles me convidaram para ir trabalhar lá com eles. Você também trabalhou lá. Acho que nós trabalhamos até juntos um período.

Flávio Prates

27:32

Sim, nesse período eu te conheci lá, eu acho.

Adriz Jacob

27:38

Na verdade, eu passei por várias áreas e várias agências aqui. Não todas, porque tinham muitas. Depois começaram a aparecer agências pra caramba.

Flávio Prates

27:50

Então, eu tenho conversado com algumas pessoas, a pesquisa tem um pouco de base naquele anúncio que eu te mostrei sobre os 10 anos da MCA. Então eu ia te perguntar se é exagero a gente afirmar que a MCA possa ter sido, naquele tempo, um tipo de uma incubadora de agências de publicidade ou de empresas de comunicação em Mato Grosso, já que muitos daqueles que

passaram ali, muitos daqueles que citaram ali, desenvolveram agências como a DMD, a RKF e tal. É exagerado falar isso?

Adriz Jacob

28:32

Não. Não é de jeito nenhum. Na verdade, para o meu ponto de vista, Flávio, o Mauro Cid foi o precursor da comunicação no estado. Através dele, muitas pessoas entraram para esse ramo de trabalho, de profissão, e a gente apoiou essa proposta, tanto eu, quanto a Márcia, quanto a Regina Kaiser, quanto o Valmir, o Remy Biancardini, e tantos outros, né? José Dorileu, todos foram para algum outro investimento em comunicação. Todos fomos. E não é de jeito nenhum errado dizer que o Mauro Cid abriu as portas da comunicação aqui em Mato Grosso, aqui em Cuiabá. Isso fez uma grande diferença para o mercado, porque, para você trabalhar aqui em comunicação, era muito espinhoso, era muito difícil, mas a gente queria o desafio, a gente queria mostrar que era possível fazer comunicação no estado.

Adriz Jacob

29:57

Teve gente que se deu muito bem, outros continuaram trabalhando na área, tem uns que ainda estão até hoje, como eu, e outros foram para fazer outras coisas, infelizmente mudaram de ramo. Mas a grande maioria está no mercado ainda, alguns aposentados, outros trabalhando de forma não diretamente, mas continuam trabalhando comunicação. A MCA e o Mauro Cid, eles, na verdade, foram os precursores, para o meu ponto de vista, da comunicação profissional aqui em Mato Grosso. Porque tinha também os que não eram tão profissionais assim, mas ele foi o que abriu o espaço. Quem trouxe os primeiros grandes eventos, o Roberto **Duailibi** veio fazer palestra aqui para a gente. Fez palestra na UFMT e não tinha o curso de comunicação. O Mauro conseguiu organizar a participação do Duailibi através do curso de administração. E trouxe o Duailibi para fazer palestra para a gente aqui.

Adriz Jacob

31:17

Foi a primeira palestra de comunicação que aconteceu em Cuiabá. Então, você vê, não tinha nem curso de comunicação social na UFMT, e ele já trazia a gente para falar sobre comunicação.

Flávio Prates

31:37

Eu acho que até você respondeu a próxima, que seria que, na sua opinião, qual teria sido a contribuição do Mauro Cid ao mercado publicitário de Mato Grosso? Mas eu vou abrir, se de repente tem alguma coisa que você queira pontuar ainda, Então já passo para a próxima.

Adriz Jacob

31:58

Outra coisa que eu acho que o Mauro foi importante no sentido de trazer profissionais para cá, para o Estado, campanhas políticas, que era período que necessitava muito da comunicação social, mídias eletrônicas especialmente, ele trouxe pessoas para trabalhar mais focado na comunicação, no marketing da proposta da campanha política. E isso também foi um fato inovador, porque as campanhas políticas eram feitas em cima de caminhão, eram feitas baseadas em comícios. E a campanha de 82, que elegeu o governador Júlio Campos, eu fiz toda a parte de vídeo da campanha. Toda a produção de vídeo, toda a direção de vídeo, era foco diferente de proposta de comunicação política, de campanha política. Tanto que foi eleito, e foi por grande vantagem. Isso também foi feito que eu achei muito importante na época, que foi o Mauro Cid que proporcionou.

Flávio Prates

33:16

E a Adriz? Quanto a você, Adriz Jacob, qual a sua contribuição ao mercado e na consolidação do mercado da publicidade em Mato Grosso, qual foi? Pode contar a sua trajetória, sua contribuição, o que você acredita que conseguiu contribuir para essa consolidação desse mercado hoje, que é tão

estabilizado aqui em Mato Grosso, e que você conta que naquela época era uma verdadeira loucura. Como você acha que você contribuiu com o mercado?

Adriz Jacob

33:54

Eu acredito que, especialmente por ter tido uma experiência anterior numa praça e num mercado muito maior, me deu a oportunidade de ensinar muito aqui. Por isso fiz lá no início o comentário de que tive a oportunidade de fazer os primeiros anúncios de varejo aqui, que não existia isso, é fato. Depois, a contribuição que acho que é bastante importante foi na produção gráfica, que foi no período, por exemplo, em que comecei a produzir os primeiros tabloides de oferta com fotos coloridas, com fotos de produtos, com a comunicação diferenciada, layout mais arrojado e tal, que eram os tabloides semanais que fazia para o grupo Pão de Açúcar. Acho que contribuí no sentido despertar nas outras agências esse caminho. Não, nós temos que fazer também. Afinal, ele está fazendo, vamos fazer também.

Adriz Jacob

34:59

Na área de eletrônico, que eram os vídeos e tal, também eu conseguia roteirizar vídeos de forma que chamava mais a atenção. Nós fizemos uma campanha para o Bemat aqui, em 83, se não me engano.

Flávio Prates

35:18

Banco do Estado de Mato Grosso.

Adriz Jacob

35:20

É, Banco do Estado de Mato Grosso. Não sei se você se lembra, nós fizemos com tabuleiro de xadrez feito de cristal. Não era cristal, mas dava essa ideia. Nós produzimos as peças do xadrez em acrílico para dar a impressão que era 3D. Porque não tinha 3D, nem no Brasil tinha 3D, mas nós fizemos para parecer que era 3D. Era roteiro meu, onde tinha uma ligação do jogo para ganhar, jogando certo você ganha, alguma coisa assim que a gente fazia. E produzimos também em São Paulo, numa grande produtora. Fizemos muita coisa, muitos trabalhos fora. Isso tudo eu vejo como ensinamento, porque eu já conhecia muitas técnicas de comunicação, e isso, para mim, por meu ponto de vista, foi incentivo para que o mercado melhorasse, que o mercado crescesse, que o mercado buscasse essas melhorias, e foi o que aconteceu.

Flávio Prates

36:36

Adriz, na sua opinião, e eu gostaria que você ficasse super à vontade mesmo, quais foram os principais nomes da publicidade no sentido da consolidação do negócio da propaganda em Mato Grosso? Quem que você poderia citar, como tantos exemplos que você deu, que naquele momento contribuíram para que esse mercado se desenvolvesse, crescesse e chegasse até onde a gente conseguiu chegar?

Adriz Jacob

37:15

Não tem como você não citar o Mauro Cid, novamente, como precursor do negócio da propaganda. Ele foi sempre incentivador e sempre trabalhou para que muita gente tivesse a oportunidade de entrar no mercado e trabalhar. Depois disso, tem alguns nomes, não só de agência de propaganda, mas dos paralelos, tipo produtora de vídeo, começaram a aparecer as produtoras de vídeo, a primeira foi a MBC, depois apareceram outras, e até boas produtoras, E eu acho que grupo de profissionais que fez crescer muito a comunicação aqui foi o Freitas, quando veio para cá, pai do Eliseu, que trouxe uma equipe de profissionais que facilitou muito a nossa vida.

Flávio Prates

38:24

José Pedro de Freitas.

Adriz Jacob

38:27

É, veio muita gente com ele, Mário Nishioka, o Chacon, e grupo de pessoas que ele trouxe de São José do Rio Preto, e isso ajudou muito a TV a crescer também.

Flávio Prates

38:45

Ele trouxe essa equipe para trabalhar na TV Centro-América.

Adriz Jacob

38:48

Na TV Centro-América, que era do grupo Zaran. E deu diferencial enorme ao mercado, quer dizer, Citei Mauro Cid na área da agência, depois o Grupo Zaran na área de TV. Jornais, aí entrou o Dorileu, que trabalhava no Jornal do Dia e mudou para outro caminho do jornalismo. E a Márcia e o Zé Dorileu, que fundaram uma agência também, que já foi bastante importante, e que eu acho que foram importantes investidores no negócio da comunicação. O Eliseu, que trabalhou também na TV Centro-América, na época, que era da Globo, E também participou bastante das oportunidades de negócio para comunicação, porque hoje não, mas ele trabalhou muito tempo na área de comunicação, e nós, inclusive, trabalhamos juntos. E quem mais? Depois vieram as agências, começaram a aparecer as agências.

Adriz Jacob

40:14

Eu acho que o Brasa investiu, começou como produtora, Começou como estúdio de produção de efeitos em 3D, depois resolveu montar a agência e outros que, rapidamente, não me lembro, mas foram muitos que trilharam o caminho de investimento para as agências. Produtoras também, tipo o Bannavita e o Zé Mota, que montaram a produtora, que na época era uma produtora. Eu fiz muito, produzi muito material com eles, tinham equipamento bom. Daí para frente foi só crescendo. Eu fiquei muito tempo fora, que eu voltei para São Paulo e fiquei trabalhando em outros mercados, e acabei vindo para cá de novo quando eu comecei a trabalhar na Z8, porque fiquei como sócio lá, período da Z8. E as agências foram crescendo, foram aumentando o seu poder de trabalho e de produção.

Flávio Prates

41:23

Adriz, podemos afirmar que a geração de publicitários, aquela geração sua, aquele período em que atuaram na MCA, ali naqueles primeiros 10 anos, 1979, 1989, podem ser também considerados como os principais responsáveis pela consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso, ou essa informação é exagerada?

Adriz Jacob

41:53

Não, não é não. Acho que foi um grupo de profissionais, nesse grupo eu me incluo, que começou, que foi o embrião da comunicação em Mato Grosso, e da minha parte em Mato Grosso do Sul também, porque eu trabalhei na primeira agência de publicidade de Campo Grande. Na verdade, eu fui para lá para trabalhar nessa agência. Nós tivemos a oportunidade de ser o embrião disso. Até interessante que tinha muita gente que trabalhava em agência de publicidade que não tinha formação de publicidade, eram jornalistas e trabalhavam na agência de publicidade. E eram jornalistas de campo, não eram jornalistas de escrever texto, não entendiam nada de arte, mas foram ajudar no crescimento. Então, nós tivemos uma equipe, grupo de profissionais aqui, que, na verdade, eu até acho que seu trabalho está fazendo isso, merecia registro de serem os pioneiros na comunicação aqui em Mato Grosso.

Adriz Jacob

43:08

E nunca houve essa preocupação nesse registro. Eu sempre achei que faltava um pouco de história da comunicação. Mas em Mato Grosso, porque eu sou dos primeiros que veio para cá para trabalhar na área aqui, e fiquei, e fiz muita coisa nova. Fizemos muitas, ensinamos muita gente, trilhamos caminho diferenciado, inclusive, dos outros mercados. A nossa comunicação era mais criativa que Campo Grande, por exemplo. Era mais criativa que muitas outras praças, muitos outros mercados, a gente era melhor, era superior.

Flávio Prates

43:56

Duas para terminar. Há algo de mais relevante ou algum fato importante que você gostaria de mencionar sobre esse tempo da história do mercado de publicidade e que não falou, sobretudo essa consolidação de Mato Grosso? Tem algo que você ainda gostaria de dizer?

Adriz Jacob

44:24

Hoje eu estou um pouco distante do mercado de agência de publicidade, que eu já de alguns anos, muitos anos, eu trabalho na área de comunicação, mas em uma empresa privada e mais como uma house, e hoje eu presto serviço para eles na área de comunicação. Uma coisa que eu acho que sempre fez falta nosso meio foi incentivo. Não é botar menino para estudar e ter diploma de comunicação, não é isso que faz publicitário. Como eu disse no início, a gente aprende a fazer propaganda, trabalhando na agência de propaganda, não é na cadeira da faculdade, que dá o caminho, dá.

Flávio Prates

45:28

O rumo.

Adriz Jacob

45:31

Mas não aprende só lá, aprende muito mais no mercado. E aqui, quando... caiu.

Flávio Prates

45:51

Pode retomar.

Adriz Jacob

45:52

Eu senti muita falta. Eu senti sempre muita falta de eventos que fizessem as pessoas conhecerem mais, e não festivos, como prêmio esse, prêmio aquele. Para mim, no fundo, nunca me interessou muito ganhar prêmio. Agora, faltou muito conteúdo para você incentivar pessoas e profissionais, meninos, meninas, a trabalharem com seriedade nesse negócio. O mercado tinha condição de ser muito melhor do que é. Hoje, você tem ilhas, grupos pequenos que estão tocando a comunicação. E o mercado cresceu, só que cresceu também o número de profissionais. Então, para mim, faltou política de ensinamento, não só de como fazer, mas da conduta profissional, de você respeitar o seu concorrente da área de comunicação, de você incentivar a aprender como fazer da forma certa e não da forma errada, como muitas pessoas aprenderam. Então, para mim, faltou isso. E continua faltando.

Adriz Jacob

47:16

Porque não resolve você criar eventos para premiar talentos. O que resolve é você ensinar talentos a fazerem os seus prêmios pessoais, a conquistar o seu espaço profissional. Isso falta.

Flávio Prates

47:35

Concordo plenamente.

Adriz Jacob

47:37

Ganhar prêmio, não é difícil.

Flávio Prates

47:42

Até porque é subjetivo.

Adriz Jacob

47:46

A prêmio é fácil, mas não é o que faz a propaganda andar da forma correta. As pessoas, por um período, hoje eu não sei como é que está, mas por longo período, não só aqui, no mundo inteiro, eles trabalhavam muito mais para ganhar prêmio do que para vender produto. Era muito mais importante ter leão de ouro do que vender uma marca. Então, quantas vezes nós ouvimos críticas sobre isso? O que adiantava os grandes publicitários do país ganharem prêmios em São Paulo? Quem ganhou? Não sei quantos profissionais do ano ganhou. Mas ele falava sempre o que eu... O que eu nunca vou esquecer, ele falava, eu não trabalho para ganhar prêmios, eu trabalho para vender produtos, sabe? Eventualmente, eu ganho prêmio, pitch, né? E você conheceu. Então, e aqui nunca teve esse ensinamento, sabe? Oh, menino, você quer ser publicitário?

Adriz Jacob

49:06

Menina, você quer ser publicitária? Não fica preocupado de ganhar prêmios, do glamour, da propaganda, porque é glamouroso. Mas não é isso que é importante, sabe? Ter a sensibilidade do que é a comunicação social é mais importante do que ganhar prêmio.

Flávio Prates

49:24

Não tenho dúvida, com certeza, concordo plenamente.

Adriz Jacob

49:29

Nós temos uma responsabilidade que a maioria não ensina na escola. Nós temos uma responsabilidade de condução da cabeça das pessoas, o comportamento social, a gente que coloca, nós que fazemos as pessoas andarem por onde devem andar. Então, tem uma responsabilidade muito grande. O que eu vou falar? Especialmente quando é produto para o público jovem, a responsabilidade é muito séria. Para a criança, muito séria. As pessoas não pensam nisso, pensam em ganhar prêmio. Vou fazer bonito para poder ganhar prêmio. Eu não sou contra prêmio, não sou contra. Mas ele tem que ter uma direção diferenciada.

Flávio Prates

50:16

Adriz, para terminar. Podemos dizer que o Mauro Cid foi o pai da publicidade mato-grossense ou essa filha tem vários pais e várias mães?

Adriz Jacob

50:36

Eu acredito que, eu não digo que o Mauro foi o pai da comunicação, mas ele foi o precursor do profissionalismo na comunicação. Eu sei que antes do Mauro, teve muita gente trabalhando não em uma agência, mas nos veículos de comunicação, nas rádios, nos jornais, na própria TV. Mas ele foi o que começou o negócio. Ele foi o primeiro que começou a trabalhar para ganhar dinheiro com comunicação. Então, é o diferencial que ele tem, além da capacidade profissional e tudo mais. Mas foi realmente o primeiro que montou um negócio para ganhar dinheiro com comunicação. Então, não é o pai da comunicação, mas é o precursor das agências de publicidade. Ele foi o cara que começou profissionalmente uma agência de publicidade, sem esquema para ganhar dinheiro de político, essas coisas assim, ele queria trabalhar.

Flávio Prates

51:54

Adriz, eu queria agradecer muito a sua participação. Queria louvar essa história maravilhosa que você teve aqui, essa contribuição extraordinária, tudo isso que você contou, tudo isso que você trouxe, tão rico, uma vivência profissional tão fantástica, quase fantasiosa, as coisas que você contou aí, tanta maluquice. Conseguir vencer tantos obstáculos do tempo, da tecnologia, das dificuldades, do lugar, do clima, e fazer tudo o que você fez, contribuir tanto como você contribuiu para esse mercado. Eu, como parte dele, agradecer e, sobretudo, agradecer essa participação tão importante, esse depoimento tão lindo que você me deu, que eu vou traduzir aqui da melhor maneira possível e tentar deixar essa sua história, essa nossa história aqui, levar até, quem sabe, lá para a Europa, e dizer, meu muito obrigado mesmo, por tudo, Adriz.

Adriz Jacob

53:11

Eu fico agradecido pela oportunidade, e vou repetir o que eu disse há pouco. Eu acredito que registrar a história da comunicação, Em Mato Grosso é fundamental, porque não existe ninguém que tenha feito registro. Aqui vou repetir, vou ser até chato em repetir. Fazer registro de prêmios, de festas, essas coisas, não engrandece o profissional que trabalhou desde o início, na

comunicação, não estou falando para os mercados maiores e tal, mas os que ficaram aqui merecem muita atenção e muitas homenagens, sabe? Muitas homenagens pelo trabalho que fez, porque se hoje existem as agências e os publicitários, os profissionais da área aqui, é graças a esse pessoal que começou, né? Você não consegue... Colher o milho sem capinar a terra primeiro. E quem fez isso ainda está por aqui, ou já foi embora.

Adriz Jacob

54:28

Tipo, redator que eu gostei de conhecer aqui, o Remy Biancardini, escrevia muito. Fazer dupla com o Remy era show, porque o Remy era muito bom de texto. Era texto que eu admiro. Eu gosto muito de textos poéticos. Eu acabei de produzir vídeo institucional para os 35 anos da Drebor, que eu gosto de escrever com um pouco de poesia. O meu material sempre tem um pouco de poesia, conteúdo um pouco poético. Mesmo quando eu entrei no caminho do jornalismo e fui fazer coberturas para a TV. Eu sempre trabalhei com uma linha pouco mais poética. Por quê? Para ver se sensibilizava, para ver se o mercado não fica tão frio, não fica tão duro, para ver se ajuda a melhorar isso, a comunicação. É isso.

Flávio Prates

55:33

Adriz, obrigado. Vou parar o vídeo e a gravação aqui. A gente continua mais pouquinho aqui sem gravação.

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM BETH AJALA

Beth Ajala

00:05

Peraí.

Flávio Prates

00:06

OK. Tudo bem, Beth? Tudo bem? Como vai? Tudo bom?

Beth Ajala

00:13

O que foi que eu saí da...

Flávio Prates

00:16

Você está chegando normalmente aqui para mim, Beth.

Beth Ajala

00:18

estou?

Flávio Prates

00:19

Tá.

Beth Ajala

00:20

Ué. Eu estou me vendo cortada aqui.

Flávio Prates

00:25

É, não. Aqui para mim você está bem. E sua voz também ok.

Beth Ajala

00:29

então tá.

Flávio Prates

00:31

Então vamos lá. Então Beth, o motivo da nossa entrevista aqui é uma pesquisa de mestrado que tem o título A Consolidação do Mercado Publicitário em Mato Grosso. Uma história contada, porque vocês participantes vão contar essa história. Partindo do caso da propaganda do MCA, que pode ter sido uma escola antes da escola, ou seja, uma escola antes das faculdades. Analisando o período de 1979 a 1989, que foi o período em que o MCA funcionou como MCA mesmo, e já em 1990 a gente já tem a inauguração, a fundação do curso de publicidade da UFMT. Então eu queria primeiro começar pedindo que você se identifique, fale um pouquinho de você, de forma breve, e a gente já começa a entrevista. Fique à vontade.

Beth Ajala

01:35

Então meu nome é Elizabeth Ajala, só isso, e já estou em Cuiabá há 40 anos. Vim de Campo Grande, Justamente para vir, eu vim para montar uma agência, sabe? Mas daí, na época, eu conheci outras pessoas, conheci o Chacon, a Wanda, a Márcia Moraes, que era da MCA também, e eu dirigia comerciais em televisão para a televisão, lá em Campo Grande. Aí, na época, não tinha muito essa coisa de diretor, sabe? Quem fazia os comerciais para a televisão era a própria televisão. Não tinha produtora, não tinha essas coisas. Depois desses meninos, que é o Chacon, que fundaram um produtora, aí eles começaram a trabalhar e conseguiram melhorar o trabalho, principalmente da MCA, que era a maior que tinha, entendeu? E... Eu não cheguei a ser funcionária da MCA, mas eu fazia todos os trabalhos dela, de publicidade, eu fazia rádio e TV, entendeu?

Beth Ajala

03:01

E fiquei freelance lá. Muitos anos.

Flávio Prates

03:04

Entendo. Começando aqui a entrevista, você estudou publicidade de alguma forma, graduação superior ou algum curso técnico em comunicação publicitária ou você tem uma formação mais nata, de talento nato, que o próprio mercado foi lá...

Beth Ajala

03:28

Eu, na minha época, eu até queria ser jornalista, sabe Flávio? Mas na minha época não tinha. E aí eu comecei a fazer curso de letras. Fazer letras que eram mais, assim, parecido, né? Com jornalismo, com isso. E acabei entrando na TV, jovem, na TV Morena, lá em Campo Grande, e lá eu passei.

Flávio Prates

03:54

Associada à Globo de Rio Grande.

Beth Ajala

03:56

É. Aí eu fiquei lá, no departamento comercial, na opec, passei por departamento pessoal, entendeu? Até que eles montaram uma produtora dentro da televisão. Tipo, um produtora não. É, produtora, mas era uma sala que tinha um chefe, tinha eu, mais gravador lá de... Gravava era operador de áudio, e usava o estúdio da TV quando a gente queria fazer comercial, entendeu?

Flávio Prates

04:32

Então, faculdade específica mesmo você não fez?

Beth Ajala

04:36

De publicidade, não. Eu fiz aqui em Cuiabá, eu fiz gestão em marketing.

Flávio Prates

04:46

Mas isso foi posterior, né?

Beth Ajala

04:49

posterior, depois que o MCA já tinha acabado

Flávio Prates

04:58

Entendo. Em Cuiabá, como foi então...Descreve um pouquinho como foi esse trabalho na MCA. A pergunta seria, em Cuiabá você trabalhou na MCA Propaganda? Você disse que era outro tipo de relação. Como era?

Beth Ajala

05:12

Assim, eu trabalhei muito com a MCA.Então, inclusive, você sabe que o Mauro Cid, ele é uma pessoa muito... Ele deixou a gente com muita vontade, sabe? Na criação. Tudo na direção, acho que você trabalhou lá, você conhece. Então foi muito gostoso trabalhar com o Mauro, ele não botava preço no seu serviço, sabe? Ele, quanto é x, ele discutia com o cliente, quer dizer, a gente trabalhava com prazer naquela época, sabe? Aí eu comecei a fazer, a dirigir todos os... Sabe que ele tinha clientes nacionais, inclusive, tipo a Eletronorte, Eu fui para o Pará fazer comercial para a Eletronorte, dirigir, fui para Brasília, fui para o Rio de Janeiro, editar lá. Então, para mim, foi uma escola de conhecimento. A MCA, para mim, representou isso. Apesar de eu não ser funcionária fixa. Só que eu fazia todos os trabalhos.

Flávio Prates

06:23

Você era como se fosse uma espécie de diretora de comerciais exclusiva, se não exclusiva, mas constante, ele te mandava muitos serviços... E você tinha uma relação muito próxima com o MCA.

Beth Ajala

06:37

Isso. Tinha, eu ia lá para as reuniões, participava das reuniões, é como se eu fosse uma funcionária, entendeu? Mas eu, na realidade, era..

Flávio Prates

06:49

Não tinha carteira Assinada, vamos dizer assim.

Beth Ajala

06:51

Sem carteira assinada, isso.

Flávio Prates

06:54

Você se recorda que período foi esse, mais ou menos? De que ano?

Beth Ajala

07:00

Olha, eu cheguei em Cuiabá em 78, mais ou menos. Logo consegui, deve ser em 85, 83. Logo que cheguei em Cuiabá, já comecei a trabalhar aqui. E a MBC, que tinha acabado de fundar também, uma produtora, né? A gente se conhecia, porque eram funcionário da TV Centro-América, que também é do mesmo grupo, da TV Morena, né? Então eu já conhecia.

Flávio Prates

07:32

Afiliada Globo aqui de Cuiabá, né?

Beth Ajala

07:34

Isso, aí eu já conhecia essas pessoas, entendi? Aí foi fácil. Chacon, Wanda, e depois eles me conduziram para o Mauro Cid, sabe? Porque eles faziam o trabalho do Mauro Cid. Quando eu não consegui fazer aqui, quando eu tinha que fazer alguma coisa fora, sabe? Uma coisa mais assim, acabada. Eu ia para o Rio de Janeiro, ia pra onde eles me mandavam, sabe?

Flávio Prates

08:00

É, a próxima pergunta, mais ou menos, você já respondeu, que é qual era a sua função profissional, o seu desempenho lá na MCA Propaganda? Então, então conformar...

Beth Ajala

08:12

É, eu era... Eu fazia produção, direção, rádio e TV.

Flávio Prates

08:17

Entendo.

Beth Ajala

08:18

Na MCA.

Flávio Prates

08:22

Você pode descrever como era sua rotina de trabalho lá junto com o MCA? Qual era a metodologia? Tinha uma maneira, uma rotina, enfim, jeito de fazer?

Beth Ajala

08:39

Você fala assim de eu frequentar o MCA?

Flávio Prates

08:44

É, como que se dava o dia a dia?

Beth Ajala

08:49

Normalmente, como eles tinham bastante trabalho, sempre tinham alguma coisa para fazer. Às vezes eu ia, ficava lá, às vezes esperava o pessoal lá do atendimento me ligar, o diretor de criação, entendeu? Aí me ligavam, a gente participava das reuniões e aí eu iria executar os trabalhos. Acompanhava, inclusive, na hora de apresentar o trabalho para o cliente.

Flávio Prates

09:20

Então, na próxima eu acho que também já houve princípio da sua resposta, que seria, você já havia trabalhado em agência de publicidade antes desse período lá na MCA? Você tinha experiência nessa função? Você estava contando sobre o tempo lá da TV Morena.

Beth Ajala

09:37

Então, de agência não tinha. Quer dizer, eu tinha relacionamento com as agências quando trabalhei na TV Morena. Eu atendia as agências lá, porque eu já era diretora de comerciais, entendeu? Então, eu atendia essas agências, eu fazia os trabalhos para elas, mas pela TV. Conheci as agências, porque eu tinha que ir lá, eu também participava. Assim, como eu sempre fui, né? Até eu vir para Cuiabá, mas não tinha essa experiência de... De agência, de publicidade, não tinha.

Flávio Prates

10:20

E os seus trabalhos anteriores sempre foram nessa mesma área de atuação?

Beth Ajala

10:29

Não. Eu comecei completamente diferente da minha vida. Comecei como emprego departamento pessoal. Fiquei muito tempo em departamento pessoal, de empresas particulares, pois fiquei muito tempo numa empresa pública, como secretária do diretor executivo, e de lá que fui para a TV. Eu fiquei muito tempo na TV. Da TV eu saí, fui para a produtora que eles abriram, o filho lá, entendeu? abriram a produtora, depois abriram outra produtora e eu fui passando de produtora. E aí meu irmão, que trabalhava em agência, que ele era designer, eu ia muito lá nas agências, sabe? Então eu conhecia a orientação da agência. A gente se reunia nas festinhas das agências, de final de ano, tudo, porque a gente era como se fosse uma parte da agência, né? E aqui já foi mais. Aqui a MCA já foi mais. Quase que eu batia ponto lá.

Flávio Prates

11:51

Bete, naquele tempo, em 1983, 1985, 1986, por ali, que você chegou por aqui, começou a trabalhar e criar essa relação com a MCA, a pergunta é como era trabalhar naquele tempo, em publicidade, prestando esse serviço para a MCA, para uma agência de propaganda, naquele Mato Grosso,

naquela época, como era isso? Era complicado, era uma epopeia. Como era fazer essa produção toda, fazer publicidade na década de 80, 1983, 1984, em Mato Grosso? Como era isso? O que você tem para contar?

Beth Ajala

12:37

O Flávio, o que eu penso, assim, nessa época, o que era mais difícil era o trabalho de conscientização do anunciante. Esse trabalho, acho que era muito mais difícil para qualquer profissional da área de publicidade, sabe? Porque eles eram muito assim, o mercado, acho que não tinha condições financeiras também. Eles não tinham condições, ou não queriam investir em publicidade. Isso foi muito complicado no começo para a agência. Televisão, não. Televisão ia lá, vendia, ela dava o comercial. Quer dizer, se ia vender ou não, não interessa. Agora, diferente da agência, a preocupação dela era o quê? Anunciar, comunicar o produto, entendeu? Então, isso foi muito fantástico no Mauro Cíd, onde eu aprendi praticamente, na MCA, que ele fazia esse trabalho. Que eu não tinha esse trabalho na televisão.

Beth Ajala

13:44

Na televisão eu faço propaganda, ia lá, comercial, redigia texto, vai lá, grava na loja e volta. Assim que era. Não começo.

Flávio Prates

13:55

O Mauro fazia um trabalho de educação, fazendo o anunciante... compreender.

Beth Ajala

14:02

Exatamente. E, pelo que me lembro, na minha época de Mauro Cid, de MCA, eu conheci muitas pessoas justamente porque ele tinha jornalistas, ele tinha criação, ele tinha tudo de uma agência, uma agência grande. Uma McCann, por exemplo, uma das agências dessas internacionais. E a gente gostava muito de trabalhar lá, porque é onde eles começaram a aprender, Flávio. Onde esses... Esse pessoal, Márcia... Márcia, acho que é formada. Márcia, acho que era a única. Ela e... Eu não sei... Menino lá da época.

Flávio Prates

14:49

Osmar.

Beth Ajala

14:49

Osmar tem... A Regina, que era coisa, a Márcia, são todas as pessoas que depois montaram suas agências. Então, é isso que eu acho que foi o que o MCA significou. Como você disse, ela foi uma escola, sabe? Ela formou os donos de agência de publicidade aqui em Cuiabá, entendeu? Que, pelo que eu me lembro, eram três agências, se não me enganou, era a MCA, a Z8 e o... João Pedro Marques.

Flávio Prates

15:31

JPM.

Beth Ajala

15:33

JPM. E depois eu vi que começou a crescer, o pessoal começou a sair, montar suas agências, né?E também, aí o Mauro, acho que, não sei o que aconteceu, se ele ficou doente, mas... Acho que os

últimos trabalhos eu fiz para ele, por isso que não lembro direito a época, mas foi para a Eletro Norte , sabe?

Flávio Prates

16:03

Que era a implantação da usina de manso. Se não for engano, vocês ganharão prêmio nacional, não é?

Beth Ajala

16:07

Sim, sim, tem um prêmio. Eu não sei se você lembra, acho que você era criação lá da agência nessa época, não era?

Flávio Prates

16:14

Não, ainda não, nessa época, ainda não. Mas eu me lembro do prêmio, foi prêmio Colunis, foi prêmio Relações Públicas, nível nacional, foi prêmio nacional importantíssimo....

Beth Ajala

16:25

É, foi. Foi, e nós fizemos... É onde eu fui pro Pará, gravar uns partos no hospital lá, que era uma vila temporária. Fui lá para gravar comercial. E nisso também conheci outros diretores, conheci diretor de fotografia. A gente vai aprendendo muita coisa com essas pessoas fora do Estado.

Flávio Prates

16:56

Já pegando esse gancho, a gente vai aprendendo, a pergunta é assim, você, Beth, mais aprendeu ou mais ensinou nesse período em que você trabalhou com a MCA Propaganda? Fique à vontade.

Beth Ajala

17:09

Ahh Acho que eu mais aprendi. Eu mais aprendi, mais com a MCA mesmo, sabe? Porque depois eu comecei a trabalhar, eu trabalhei para outras agências também, mas o que eu aprendi mais foi que eu fiquei ali, eu ia ali, eu batia ponto, eu falei para você, eu quase que batia ponto, mas eu ia tomar café lá de manhã, sabe? Às vezes eu... Porque na época a gente não tinha telefone celular, né? Então era... Só telefone fixo, então cê tinha que tá mostrando a cara, sabe? Aí ia pra lá, ia lá pra produtora.

Flávio Prates

17:50

Essas oportunidades todas, nessa liberdade que o Mauro tinha, devem ter contribuído pra esse aprendizado, né?

Beth Ajala

17:57

Muito, muito mesmo, porque é como eu te disse, ele me proporcionou muita coisa a MCA, principalmente essas viagens onde eu conheci outros centros, outras produtoras, sabe? Outros profissionais, cinegrafistas, diretor de fotografia, sabe? Aquele cara que mexe com a luz, aquele cara que sabe? Então isso aí foi uma coisa muito bacana na minha vida, sabe? Isso me deu muita segurança.

Flávio Prates

18:25

Então é certo afirmar que a MCA Propaganda foi uma espécie de escola da publicidade naquela época, que foi o período entre 1979 e 1989, que foi o período em que ela foi mais ativa. E já que naquele tempo não havia nenhuma faculdade de publicidade em Mato Grosso, é correto afirmar que a MCA foi uma escola...?

Beth Ajala

18:47

É corretíssimo, não é exagero. Eu acho que, se você pegar os nomes da propaganda, em Cuiabá, os donos de agência, de coisa, a maioria passou por ali. A maioria passou por ali. Todo mundo passou por ali. Iza... Izinha.

Flávio Prates

19:13

Sim, Iza.

Beth Ajala

19:16

E praticamente ela... A filhinha dela nasceu praticamente na MCA, então você veja o tanto que ela gostava de trabalhar, ela trabalhava grávida, nós até apelidamos a filha dela de MCAzinha. Então era assim, era uma coisa muito legal a MCA. E eu mesmo fiquei muito tempo lá, sabe? Agradeço Muito essa oportunidade que eu tive aqui em Cuiabá, foi através da Márcia, entendeu? E eu gostava muito do Mauro me explicando, sabe? Me direcionando, sabe? Ele falava assim... "você tem que fazer isso aqui..." Até angulação, assim, às vezes ele falava assim pra mim, "Beth, você já experimentou fazer assim? Ele não era nada disso, mas ele falava comigo, sabe? Você já imaginou? O Mauro, ele criou o tempo todo, entendeu? Então você percebia essas coisas nele, sabe? E isso foi me direcionando. Aí depois foi acabando essa agência e o pessoal foi saindo, montando as suas.

Flávio Prates

20:23

E aí você chegou a fundar uma agência ou uma empresa no ramo de comunicação depois da MCA? Quais caminhos profissionais você trilhou? Você chegou a criar uma agência?

Beth Ajala

20:36

Sim, cheguei. Eu lembro que era... Acho que foi... 91. Nem sei, já estou passando, já estou fazendo hora extra aqui. Acho que foi em 91, eu montei uma empresa de publicidade, a Yuppie, e assim, eu contratei pessoas profissionais, eu não sei se lembra da Cannes, Uma agência que veio lá de Goiás.

Flávio Prates

21:15

Lembro, lembro.

Beth Ajala

21:16

Que a Olga era diretora. Depois ela montou uma empresa de outdoor aqui em Mato Grosso. Ela que defendia nossas campanhas, sabe? Eu contratei profissionais de cada área. Então, isso também pra mim foi porque... Porque eu aprendi lá. Porque senão eu não teria coragem de fazer negócio desse. E eu vou continuar sendo.

Flávio Prates

21:42

Você se sentiu segura para empreender?

Beth Ajala

21:45

Empreendi e também porque já tinha acabado, a MCA eu acho que tinha acabado já, tinha fechado, não sei. E aí vieram outras agências e eu consegui ainda trabalhar com outras agências, que é a Época, a RKF, a DMD, trabalhei muito. Dois anos, mais ou menos, na DMD.

Flávio Prates

22:11

Todos esses que você citou, época, DMD, RKF, são de ex-funcionários da MCA, né?

Beth Ajala

22:19

Sim, a Márcia, a da DMD, que ela, eu não sei se você sabe, mas ela tem a conta do governo aqui há vários anos, uns dois mandatos do governo de estado, três, sei lá. A Márcia era diretora da MCA.

Flávio Prates

22:42

Porque a pergunta, eu tirei esse gancho, porque a pergunta é se você lembra, se você sabe citar alguma das pessoas daquele tempo que fundou uma agência de publicidade ou empresa de comunicação depois de passar pela MCA. Você consegue se lembrar?

Beth Ajala

23:03

Então, lembro. Lembro, lembro da Regina Kaiser, que é da RKF, a Márcia DMD já falei, o Osmar da Época, deixa eu ver se eu anotei algum nome aqui.

Flávio Prates

23:19

A Isa que você falou, montou uma...

Beth Ajala

23:22

A Isa montou uma agência, o Flávio montou uma empresa, entendeu? Então, e eu cheguei a trabalhar até para essas agências, você está entendendo? Para mim, além de ter sido uma escola, ainda me proporcionou o trabalho depois, entendeu?

Flávio Prates

23:45

Ou seja, o mercado cresceu, frutificou e foi mercado para você, além das agências que nasceram da MCA trouxeram o seu mercado...

Beth Ajala

23:52

Exatamente. Todas as pessoas que a gente trabalhou na MCA e montaram as agências. A DMD, eu era praticamente exclusiva da DMD.

Flávio Prates

24:05

Beth, é exagero afirmar que a MCA Propaganda pode ter sido, em seu tempo, tipo uma incubadora, uma gestora, uma gestadora, se existe essa palavra, de agências de publicidade ou de empresas de comunicação?

Beth Ajala

24:25

É, eu vejo assim, na pessoa do Mauro Cid, pra mim, ele é o pai da comunicação aqui em Cuiabá, Entendeu?Porque se todo mundo... A agência que ele dirigia é uma escola. Então, não deixa de ser uma mãe, uma gestadora, uma... Sabe? Quer dizer, realmente, a MCA, ela gerou esses filhos, sabe, todos. Essas empresas que depois vieram. Ela que gerou, é sem exagero.

Flávio Prates

25:07

Na sua opinião, qual foi a grande contribuição de Mauro Cid ao mercado publicitário de Mato Grosso?Foi essa espécie de pai, de professor? Como você vê?

Beth Ajala

25:20

A principal, como eu te falei, visão de mercado que ele tinha, o conhecimento. Não sei se a formação dele era, pra mim ele era advogado, Não sei se ele era publicitário, mas ele tinha uma visão, ele tinha trabalho, uma aula era muito boa, sabe? A gente tinha prazer em trabalhar lá. Então, assim, acho que ele foi uma pessoa que mais contribuiu com o mercado publicitário. Sabe? Aquele que botou ordem na...

Flávio Prates

25:55

Organizado?

Beth Ajala

25:56

Organizou o mercado. Porque depois, como veio depois as agências dele... Olha, inclusive tem agência que vem de fora aqui, que não permanece mais, né? Eles vêm... Então, essas empresas existem até hoje... Acho que creio que a Época existe, não me lembro... O Osmar teve outros problemas, né? Teve... Não sei, a Z8 também, não sei... Porque eu estou fora do mercado, sabe, Flávio? Eu tô... Eu, de vez em quando, vou fazer alguns comerciais quando... Alguém me pede para dirigir, entendeu?

Flávio Prates

26:31

Entendo.

Beth Ajala

26:32

Porque uma grande diferença é essa ... "de ter treinado no MCA", que a gente consegue se valorizar ou ser valorizado pelo anunciante, sabe? Então, tem alguns profissionais da própria TV que eles preferem ligar para mim, sabe? Já tive comercial de tipo... um Shopping lá de Varzea Grande, eu tive que refazer trabalho de uma agência, entendeu? Porque? Porque o profissional da TV que indicou a agência se sentiu mal por chamar a Beth, sabe? É uma coisa mais simples, é fazer. é um shopping daqueles shopping... Camelódromo, tipo esse que tem bem ali na Avenida Principal de Varzea Grande, então está cheio de lojista. Eles não querem cara falando nada não lá, eles querem mostrar cara. Agora, como você vai mostrar cara? 20 lojas, 30 lojas, sabe? Falei, mas eu tenho que botar a cara deles, pelo menos o nome das empresas, né?

Beth Ajala

27:50

Aí fui lá, fiz table top, fiz umas fotos, , apareceu todo mundo, sabe?

Flávio Prates

27:55

Acaba ficando satisfeito daí.

Beth Ajala

27:58

Ficava satisfeito e pagava bem, sabe? Os lojistas não gostaram do tipo de trabalho que fizeram com eles, porque botaram apresentador no meio lá do coisa, falando, estou aqui tem isso, isso. Não adianta. Varejo é varejo, você conhece.

Flávio Prates

28:18

E toda uma linguagem. Bete, com base nisso que você está dizendo, sei que é complicado falar de si mesmo, mas e a sua própria contribuição? O que você acha que foi sua contribuição para o mercado, para a consolidação do mercado? Você pode contar um pouco da sua trajetória, da sua contribuição para o mercado de publicidade de Mato Grosso?

Beth Ajala

28:44

Então, Flávio, como eu falei, eu montei uma empresa, que essas pessoas que trabalharam também comigo, eu passei aquela imagem do Mauro Cid, de mim para eles, entendeu? Então, eles também trabalhavam satisfeitos, eram bem remunerados, tudo comissionado. Hoje, se você contratar um funcionário, você não aguenta.

Flávio Prates

29:14

Participação.

Beth Ajala

29:15

É, tudo participação, fazia... Oportunidade para atores locais, sabe? Quando se falava em arte, queria fazer .. vou chamar cara lá da Globo ou sei lá de onde e dizer, gente, a gente tem gente aqui, sabe? Tem artista. Como até hoje eu acho que eu faço isso, sabe?

Flávio Prates

29:38

Crie oportunidades, né?

Beth Ajala

29:40

Temos que valorizar né o nosso meio, né? Na época tinha o famoso humorista Lio Arruda, A gente criava no Buteco, e o Lio Arruda era de criar propaganda. Assim, brincadeira, né? Então, eu conhecia esse pessoal todo, sabe? Então foi uma parte que eu também contribuí com a cultura, sabe? Não só com publicidade, e também quando eu montei minha empresa, eu gerei emprego. Sabe, bom salário, teve gente que saiu da minha agência e montou sua agência, tipo assim, entendeu? Hoje tem grandes designers que trabalharam comigo, hoje estão nas grandes agências, que é o Genius, que é aquele que ainda, até hoje, comanda aí o Big Lar, né? Sim. Big Lar, trabalho bom, que eles falam também, que eu vejo, e assim, muitas dessas pessoas passaram lá, pela Yuppie, entendeu?

Beth Ajala

30:45

Então, para mim, sonho realizado, só não aposentei ainda porque estou com problema no INSS, justamente porque eu sempre, depois que eu vim de Campo Grande, eu não trabalhei mais com carteira assinada.

Flávio Prates

31:01

Sempre como freelancer, né?

Beth Ajala

31:03

Freelancer, e na época jovem, nem se importava com o INSS.

Flávio Prates

31:09

Parece que o tempo passa mais devagar, né, Beth?

Beth Ajala

31:12

É, mas agora tá dando certo, então tá tudo resolvido. Mas só assim, de vez em quando, só que hoje... sobrevivi.

Flávio Prates

31:22

Graças a Deus.

Beth Ajala

31:23

Construí, tenho minha casa, tenho minhas coisas. Então, não pago aluguel, não pago nada. Tá bom, minha vida é do jeito que tá, sabe? Do jeito que Cuiabá fez pra mim. E vocês todos na área? Que trabalharam junto com a gente, que me deu trabalho, inclusive, eu já fiz trabalho com você, não é?

Flávio Prates

31:44

Sim, claro, vários. Bete na sua opinião, quais foram os principais nomes da publicidade local que ajudaram nessa consolidação do negócio da publicidade em si? De consolidar essas oportunidades e fazer com que o negócio se estabilizasse e, crescesse. Enfim. Os nomes que você acha mais importantes na área.

Beth Ajala

32:10

Bom, primeiramente é o Mauro Cid, né? Primeiro. É isso que você quer?

Flávio Prates

32:18

Sim, e de repente outros, como os que formaram e tal. Enfim, quem você poderia citar que acha que foi importante na consolidação do mercado?

Beth Ajala

32:28

Assim, na minha época, em que eu estava trabalhando, posso citar muita gente, mas o que mais me lembro é o Mauro Cid, a Márcia da DMD, o Geraldo.

Flávio Prates

32:44

Da Z8.

Beth Ajala

32:46

O Geraldo não trabalhou no MCA.

Flávio Prates

32:48

Não.

Beth Ajala

32:50

Mas trabalhou um sócio dele. Sócio? Um sócio do Geraldo trabalhou no MCA. A Isa, você... Você era uma baita profissional também, que eu lembro, na época. Então, Flávio... Tem muitos nomes para eu citar. Depois da faculdade também, outros amigos meus, até não só... Publicidade, mas jornalistas, sabe? Gente que formou, já tem amigas que tem blog, que tem não sei o quê, que tem, sabe, site, né? Vários programas esses de, como é o nome desse? Podcast, você entendeu? Então, quer dizer, o pessoal está acompanhando bem, como deveria ser. Claro que, não é um mercado grande como Rio - São Paulo, Curitiba, mas ele tá dentro, acho que tá dentro ainda do padrão, tá saindo muita gente formada, sabe? Então, isso profissionaliza bastante a coisa, né?

Flávio Prates

34:00

Beth, podemos afirmar que a geração de publicitários que atuaram lá no MCA. Esses todos que você citou naquele período e que fazem aquela lista do anúncio que eu te mandei, que você inclusive figura lá também. Esses foram os principais responsáveis pela consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso? Essa informação é exagerada? Da MCA aquela lista dos anúncios, aqueles são os principais nomes na consolidação do mercado? Você acha isso exagerado?

Beth Ajala

34:39

Não não. Eu acho que ali é o começo de tudo mesmo. Eu tenho aquela lista, aquele anúncio, mas ele não está aqui no meu celular. Você mandou por e-mail, né?

Flávio Prates

34:54

Ali fala o Remy Biancardini, o Osmar Soares, o Adriz, que depois trabalhou lá, que deve ser esse sócio que você fala que o Adriz foi trabalhar com o Geraldo.

Beth Ajala

35:06

Ó Adriz, ó Osmar. Clenon, se não me engano, trabalhei lá também. Quase todo esse povo que hoje tem agência, que tem agência ainda, todos são da MCA.

Flávio Prates

35:25

Finalizando, tem mais duas perguntinhas só para você deixar descansar. Há algo de mais relevante ou algum fato importante que você gostaria de mencionar sobre esse tempo da história lá do mercado da publicidade e que não foi mencionado aqui, ou que eu tenha esquecido, ou que você gostaria de dizer?

Beth Ajala

35:51

Deixa eu ver. Ai, acho que não entendi direito essa pergunta.

Flávio Prates

35:53

Tem alguma coisa que faltou, que, de repente, você gostaria de lembrar, ou você acha que não? Fique à vontade.

Beth Ajala

36:05

Eu até andei rabiscando aqui, ó. Acho que depois da MCA, depois dessas agências aí, depois da faculdade de comunicação, eu acredito que o mercado está mil vezes melhor do que era, sabe? Porque na época, como nós tínhamos poucas agências, podíamos contar nos dedos, eles eram atendidos diretamente pelos profissionais dos veículos, né? Então não existia esse trabalho de comunicação, não existia nada de planejamento, Hoje eu acho que está bem evoluído aqui no mercado, principalmente por causa da faculdade, sabe? Você formou aqui, não?

Flávio Prates

37:02

Não, eu formei fora, mas acabei indo dar aula na faculdade.

Beth Ajala

37:07

Então você dá aula, quer dizer... Certo? Também está dando bom caminho, porque além de tudo tem a prática, né? Além de ser professor, ainda tem a prática de ter as empresas, não sei se ainda tem? Tem.

Flávio Prates

37:25

Tem, né? Está terminando. Quero parar já, Bete, mas ainda tem. A última pergunta, Beth, você já até disse isso para mim, eu achei bonito você dizer, mas nós podemos dizer que o Mauro Cid foi o pai da publicidade matogrossense ou essa filha tem vários pais e várias mães?

Beth Ajala

37:51

Não, é como eu falei, o Mauro Cid, pessoa, foi, pra mim, foi o pai da publicidade. Entendeu? A MCA foi uma faculdade. Entendeu? Então, pra mim, o Mauro Cid realmente significou, pra mim, significou tudo. Aprendizado, a liberdade de trabalhar, de criar, de ter as coisas. E... Ainda tem profissionais como ele, mas eu não, assim, como eu tô fora do mercado já, eu não sei mais, entendeu? Acompanho algumas coisinhas, vejo televisão, essas coisas, mas hoje eu não saberia falar nada mais do mercado publicitário, não sei como está. Eu tô vendo, a televisão perder muito espaço para as redes sociais, sabe?

Beth Ajala

38:50

Eu não tenho mais idade para mexer computador, esses negócios, Eu faço algumas coisas assim, às vezes me pede, eu vou lá, faço uns teasers para a internet, bannerzinho, mas não faço nem no celular, porque nem sei mexer com esses "tremer". Eu vou lá, pego cinegrafista, faço trabalho e depois a gente converte e pronto. Então, quando eu já passo material na TV, eu já converto para a rede social. Agora que eu estou... Mas também não dá mais, sabe, Flávio? Eu sou velha, não posso mais ir para a rua, fazer essas coisas. Depois da pandemia, eu não saio mesmo, né?

Flávio Prates

39:33

É, cada tem... Nós tivemos o nosso tempo, podemos dizer, né? Agora vamos passar o bastão para os mais jovens, né, Beth?

Beth Ajala

39:40

É, agora é hora de ensinar, você no caso, que tem bastante tempo pela frente, né? Eu já estou quase... Vou fazer 67 mês que vem, Está na hora de parar, descansar o joelho.

Flávio Prates

40:02

Beth, eu gostaria de te agradecer essa participação. Foi muito importante para o meu objetivo, que é conseguir o título de mestre e contar principalmente, contar essa história. E queria agradecer também a toda sua contribuição para essa história, todos os tijolinhos que você colocou na edificação desse mercado de publicidade. Que você receba também a minha homenagem pela sua história, muito bonita, e minha gratidão por você ter se disponibilizado em vir dar seu depoimento. Estou muito agradecido. Muito obrigado pela sua contribuição e pela sua história na publicidade de Mato Grosso.

Beth Ajala

40:50

Pois é, eu, além de agradecer ao Mauro Cid, também vou agradecer a você, porque até hoje não esqueço que eu acredite que foi ideia, criação sua, um telegrama que me mandaram no dia do meu aniversário, na minha casa, de Hollywood .Lembra disso ou não?

Flávio Prates

41:12

Lembro.

Beth Ajala

41:13

Para The Best of The Best, Beth Ajala, não sei o quê papapá, e todo o mundo foi assinado? De Hollywood para Cuiabá, Brasil. Eu não me esqueci. Então você vê que tudo mais legal que a gente tinha, né? E ficar coisas na lembrança de uma velha.

Flávio Prates

41:31

Você é legal? Você não é velho.

Beth Ajala

41:34

Você é jovem, garoto.

Flávio Prates

41:37

Como diziam nosso tempo, você é broto.

Beth Ajala

41:41

Seu filho já se casou?

Flávio Prates

41:44

Ainda não, mas se formou lá na faculdade, foi meu aluno, inclusive. Mas eu vou parar a gravação aqui porque a entrevista terminou, mas só vou parar a gravação e a gente continua conversando, tá bom? Beleza. Obrigado, Bete.

Beth Ajala

42:02

Eu que agradeço.

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM CASSIANO PIRES

Flávio Prates

Três, dois, já. Ei, Cassiano, tudo bem? Como vai? Como é que tá?

Cassiano Pires

00:09

Fala, Flávio. Beleza, beleza, tudo certo.

Flávio Prates

00:12

Tudo bem? Cassiano, então, começando aqui o nosso bate-papo, eu passo esse convite a você participar dessa pesquisa de mestrado que a gente vem conduzindo através da Universidade Fernando Pessoa, na cidade do Porto, em Portugal. Cujo tema é a consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso, uma história contada, o caso MCA propaganda, a escola antes da escola, período 1979-1989, foi o período que a MCA trabalhou, sob orientação da professora doutora Elza Simões. Então, eu queria muito te agradecer por você ter aceitado participar, contribuir, ser participante dessa pesquisa. Então, queria começar a pedir pra você se apresentar, falar um pouco de você e, na sequência, eu faço uma entrevista com uma sequência de perguntas pra você. Fica à vontade.

Cassiano Pires

01:19

Ok, ok. Me chamo Cassiano, sou zapires, eu sou publicitário mais ou menos, quase 40, 35, deixa eu ver, 85, 40 anos mais ou menos que eu trabalho com design e ilustração, sou diretor de arte por formação, enfim, trabalho até hoje comunicação visual, com a parte visual do ramo da propaganda.

Flávio Prates

02:02

Você, de alguma maneira, de maneira técnica ou graduação, fez algum curso de publicidade, graduação superior ou curso técnico de comunicação publicitária? Ou é talento nato mesmo que você desenvolveu e aprendeu fazendo? Como foi sua formação?

Cassiano Pires

02:22

Então, minha formação universitária não é em publicidade. Sou formado em Educação Artística, formei na Faculdade de Artes do Paraná, aqui. Tenho uma pós-graduação também em Arte Contemporânea. Eu comecei como autodidata, comecei com 14, 15 anos, trabalhando com empresas de comunicação visual. Sempre desenhei, eu desenvolvi a parte da linguagem visual melhor do que a parte escrita, então, para mim, foi natural entrar nesse mercado. Teve também direcionamento da família, já que eu desenhava, a publicidade, na época, Era uma profissão bastante promissora, isso no começo da década de 80. No segundo grau eu fiz curso de publicidade, mas não mais eu aprendi trabalhando mesmo.

Flávio Prates

03:36

Cassiano, você é do Paraná, né?

Cassiano Pires

03:41

Não, não, não. Sou de Porto Alegre.

Flávio Prates

03:43

Você é de Porto Alegre?

Cassiano Pires

03:45

Sou de Porto Alegre.

Flávio Prates

03:47

Qual é o período em que você vem para Mato Grosso, que você vem para Cuiabá?

Cassiano Pires

03:53

Eu vou para Cuiabá ali em meados de 1997, 1998. É a primeira empresa que eu trabalho, porque até então eu tinha empresas de comunicação visual. Não eram agências de publicidade. Eu nunca tive trabalho em agência de publicidade. A primeira agência que eu vou trabalhar é a MCA em Cuiabá.

Flávio Prates

04:16

Isso que eu ia te perguntar, em Cuiabá você trabalhou na MCA Propaganda?

Cassiano Pires

04:21

Sim, inclusive foi a primeira agência que eu trabalhei na vida. Agência de publicidade mesmo. Eu tinha trabalhos antes, como eu falei, empresas de escritório de ilustração para serigrafia, empresas de comunicação visual, essas que fazem... Na época não tinha, era tudo na mão, não tinha computador, não tinha impressora, eram empresas que faziam placas pintadas à mão. Então, ali dos 14 até os 18 eu trabalhei. Era mais ilustração mesmo, não tinha tanto desenho técnico e não

tinha trabalho em agência ainda. Quando cheguei em Cuiabá, a primeira oportunidade foi uma AuroCid que me contratou para ser diretor de... Na verdade era Layoutman, eu não tinha entrado como diretor de arte. Na época era Layoutman, a gente trabalhava em prancheta ainda.

Flávio Prates

05:26

Eu me lembro, porque foi lá que a gente se conheceu. E aqui a pergunta é até se você se registrou em que período você trabalhou lá, mas assim, você está uma década na frente, é 88.

Cassiano Pires

05:43

88, isso! Errei, falei 98, né? Não, foi 1988 que eu fui pra Cuiabá, isso mesmo. E aí eu já comecei a trabalhar na MCA. Eu trabalhei na MCA, acho que foi... Não sei se foi ano, não foi muito tempo, foi menos de ano. Aí da MCA eu fui pra DMD, da Márcia, fiquei tempo lá também. Assim, quando a gente é jovem, as coisas acontecem num ritmo muito acelerado, é mais rápido.

Flávio Prates

06:27

Cassiano, a sua função profissional lá era criação, sobretudo, no aspecto de arte.

Cassiano Pires

06:38

De arte, era layout né, layoutman. Ainda não tinha... O cacife para desenvolver como diretor de arte. Estava começando a profissão, mas eu fazia layout. Marcava layout à mão.

Flávio Prates

07:01

Você consegue descrever mais ou menos como era a rotina lá, como era naquele tempo, 1980, lá vai tiro, como era mais ou menos, se era muito rudimentar, enfim?

Cassiano Pires

07:15

Era muito artesanal, o artesanato era muito artesanal. Era... O departamento de criação, na MCA, principalmente, que era uma agência de... Era uma agência de médio para pequeno porte, né? O estúdio onde ficaram os diretores de arte, design, o pessoal do layout, o pessoal que fez o visual, foi separado do pessoal que fez a redação, então a gente não trabalhou em duplas, os redatores ficaram numa sala separada, e lá mais pro fundo tinha o estúdio, onde não tinha computador, a gente trabalhava em prancheta. E aí era aerógrafo, tiralinha, pincel, guache, aquarela. Era tudo... Era muito artístico mesmo. Era ateliê de arte, né? A gente trabalhava, fazia tudo... Sujava a mão com tinta mesmo, né? Caneta nanquim, era tudo... Estilete, era tudo... Era ateliê de arte, né? Artesanato era artesanal mesmo. Era dessa maneira.

Cassiano Pires

08:34

Então, Vinha, o que eu lembro do processo é que o Job entrou através dos atendimentos. Na verdade, continua. Esse processo não mudou. O Job entra, vai para o pessoal da redação, que cria o conceito, e em seguida vai para o pessoal da cozinha, que é o pessoal que faz ali, que monta, que faz a parte, finaliza o material.

Flávio Prates

09:07

Artístico mesmo, né? Ilustração.

Cassiano Pires

09:09

Isso, isso.

Flávio Prates

09:12

Você já tinha trabalhado em agência de publicidade antes desse período? Você já respondeu, mas você tinha experiência nessa função?

Cassiano Pires

09:20

Não, não, não. A minha intenção sempre foi trabalhar em agência. Meu sonho era trabalhar em agência. Na verdade, quando eu era criança, meu sonho era ser desenhista da Marvel. Porque eu gosto de desenhar super-heróis. Mas aí eu vi que, cara, isso vai ser meio difícil. Acho melhor ir para uma publicidade que será o caminho mais fácil, mais acessível, mais rápido. Mas não tinha trabalho, eu morava no sul, eu fazia ilustração, trabalhava em escritórios de ilustração.

Flávio Prates

10:04

A pergunta é essa, por onde você trabalhou antes do MCA e em que tipo de trabalho você atuou?

Cassiano Pires

10:13

A primeira empresa que eu trabalhei foi a PMJR lá em Esteio, que é a região metropolitana de Porto Alegre, que era uma empresa que fazia placas. Aquelas placas de estrada, que hoje é tudo impresso digitalmente, na época era tudo feito à mão. Placa de... Programação visual de fachada, de loja, de rede de farmácia. Então eu fiz o layout e tinha os caras que estavam lá e pintava à mão.

Depois eu trabalhei num estúdio de ilustração que fazia... Estampas de camiseta para surfwear, de marcas famosas lá de Porto Alegre. E aí depois eu trabalhei numa gráfica, trabalhei numa gráfica também de uma empresa de metal, a Zampronha, eu trabalhei na gráfica. E depois fui lá para o departamento de organização. Olha que louco, cara, na época não tinha departamento de marketing. Era Departamento de Organização e Métodos, era Departamento de OM.

Cassiano Pires

11:23

Eu trabalhei no Departamento de OM da ENCOSUL, de Porto Alegre, que era uma loja de departamentos grandes lá. Então, isso eu tinha 16, 17 anos, fui contratado pelo Departamento de OM e fiz os formulários, fiz toda a parte de... De visual que precisei... Você pensa hoje, todo processo e fluxo administrativo é online, é via computador. Na época não tinha computador, era tudo por formulário. Então eu desenhei os formulários, entendi? Desenhar os formulários e... Enfim, aí mandava imprimir, fazia todo esse corre com as gráficas e tal. Trabalhei lá durante ano e aí para Cuiabá. O Cuiabá foi minha primeira experiência com agência de publicidade, com o Mauro City.

Flávio Prates

12:17

Cassiano, apesar disso, Porto Alegre já era uma cidade bem desenvolvida do sul, em relação a Cuiabá. A pergunta agora, do seu ponto de vista tecnológico, desbravar mesmo, como é que era trabalhar em uma agência de propaganda no centro-oeste brasileiro, na década de 80, com a tecnologia que tinha. Tipo assim, tinha jacaré esvoaçando, parecia dragão.

Cassiano Pires

12:49

Cara, eu vou te falar, pra mim foi muito bom, porque era um mercado em formação ainda, Comparado, não tinha muito ligado... Quando você... Quando... Para quem morava no eixo ali,

Rio, São Paulo , Porto Alegre... Quando você pensou em Mato Grosso, você pensou em índio e jacaré e onça. Eu não tinha noção do que era... Ninguém tinha noção, porque a comunicação na época era muito restrita, a gente não tinha celular. Pra você comprar uma linha de telefone era o preço de imóvel quase ninguém tinha telefone na época então era tudo muito isolado e Cuiabá era isolada do resto do Brasil só que existia cidade, cidade estava crescendo e existia mercado. Existia mercado agropecuário, mercado imobiliário que carecia, era muito cuidado de profissionais para essa parte de comunicação, de propaganda. Por que eu digo que para mim foi muito interessante?

Cassiano Pires

14:11

Por conta disso. Eu tinha 17, 18 anos, muita pouca experiência, e era preciso de gente pra trabalhar. Então, eu aprendi fazendo. Isso foi muito interessante. Eu tive a oportunidade de aprender, de escrever o roteiro, porque na agência que eu trabalhei escreveu o roteiro, eu tinha que escrever o roteiro, eu tive que aprender a escrever e fazer o roteiro. Aí, além de fazer o roteiro, eu tinha que ir lá e dirigir o filme. Entendeu? Além de fazer o layout, tinha que fazer o roteiro, eu tinha a oportunidade de ir lá, comandar a equipe, dirigir, produzir, fazer os VTs pra veicular no Centro América, a Globo aí. TV Centro América. Então, pra mim, foi sensacional.

Cassiano Pires

15:07

Tanto foi sensacional que em dois anos, mais ou menos, Foi tudo muito rápido, em três anos, dois ou três anos, eu estava trabalhando na Gênus, com o Brasa, E eu era diretor de criação da equipe dele com 19 anos.

Flávio Prates

15:28

A pergunta é bem assim, porque você vem de Porto Alegre, já traz também alguma expertise, alguma experiência, mas chega aqui e tem essa oportunidade. Então a pergunta é, você mais aprendeu ou mais ensinou nesse período de MCA Propaganda?

Cassiano Pires

15:50

Mais aprendi, com certeza. Eu tinha o talento de desenhar, isso muito desenvolvido, porque era raro, na época, quem desenvolvia o desenho. Até porque isso não era valorizado no sistema de ensino. Educação artística ninguém reprovava. O nosso sistema de ensino, muito naquela época ainda, era direcionado, ó, você tem que aprender a escrever, porque lá na frente você vai poder fazer, se você esqueceu alguém na vida, você vai fazer direito ou engenharia, entendeu? Então você tem que saber matemática e português muito bem. Só que eu fui ponto fora da curva ali, porque eu gostava muito de desenhar, gostava... Gostava muito da... Me expressava muito bem visualmente, né? Só que eu não tinha, enfim, eu não tinha as bases. Na verdade, muito poucas pessoas tinham o que era a parte teórica da propaganda. Propaganda ali, acredito, na década de 70, de 80, você aprendeu fazendo, né?

Cassiano Pires

17:06

Você aprendia... Existiam pouquíssimas escolas e universidades de publicidade e propaganda na época. Era uma profissão que estava... Era muito nova. Eu lembro que na década de 80, a publicidade era uma... Os publicitários ganharam muito bem no eixo ali, Rio e São Paulo. Eu me lembro que tinha mito na época, na entrevista dos jovens publicitários que tavam ganhando Cannes em São Paulo, que calculavam o salário em Fusca. Quantos Fusca você ganha? Então, era uma profissão que era muito misteriosa. Como eu entro? Era muito nichado, era difícil entrar. E difícil... Você só aprendia fazendo. Então, era um círculo muito fechado, a publicidade e a propaganda. Dava muito dinheiro na época. Dava muito dinheiro mesmo.

Flávio Prates

18:13

E o gancho é justamente esse. É correto afirmar que a MCA Propaganda era uma espécie de escola de publicidade em Mato Grosso naquela época, ou seja, anos 80, já que naquele tempo não havia uma faculdade de publicidade em Mato Grosso?

Cassiano Pires

18:32

Com certeza. Com certeza, com certeza. A época que eu cheguei em Cuiabá, em 88, quais as agências que existiam ali? A MCA era a maior, era uma das mais proeminentes. Eu não sei se a RKF já estava funcionando. Tinha a Época e a DMD eram quatro agências que tinham. E a MCA, pô... Enfim, eu trabalhei com uma galera ali que já tinha cancha. Eu aprendi, eu aprendi muita coisa. Pra mim foi uma escola. Pra mim foi uma escola e uma oportunidade. Eu queria trabalhar em publicidade, sempre quis trabalhar em publicidade, meu sonho era esse, mas em Porto Alegre eu não consegui. Eu não consegui, por mais que eu já tivesse já portfólio, pra você entrar no nicho era muito fechado, pra você furar a barreira ali.

Cassiano Pires

19:38

Não sei como é que está hoje, acho que hoje isso mudou porque a quantidade de agência é muito maior, é mais focada em performance, não é tão focada em conteúdo a maioria das agências, então é mais fácil entrar. Tem muito mais prestador de serviço nessa área. Ficou mais barato para as empresas também investirem em comunicação. Hoje uma padaria Pode ter uma agência. Na época não. Imagina uma padaria. Não tinha. O cara não tinha... No orçamento dele não tinha dinheiro direcionado. Talvez tivesse dinheiro direcionado para ele fazer classificação no jornal. Mas não passando pela agência. Passava pelo estúdio do jornal.

Flávio Prates

20:33

Você chegou a empreender, quer dizer, você chegou a fundar ou alguma agência ou alguma empresa no ramo das comunicações depois da MCA, depois de trabalhar na MCA, enfim, não importa muito... O período, mas enfim, depois de ter passado pela MCA, você se sentiu seguro de empreender, de criar agência outra empresa?

Cassiano Pires

21:02

Depois que saiu da MCA eu trabalhei aí ainda em mais umas duas ou três agências, trabalhei na DMD, na Época, e trabalhei com o Marco Lehr, acho que você conhece o Marco Ler, né?

Flávio Prates

21:15

Conheço, eu.

Cassiano Pires

21:16

Ele foi para Cuiabá com a Verônica e eles abriram o C-ATIVA. Então, eles me contrataram como diretor de arte, aí já diretor de arte associado. Então eu já era sócio. Depois que fiquei esse período com eles, eu abri um estúdio junto com o Douglas. O Douglinhas, . trabalhava na MCA também, falecido Douglinhas. A gente abriu um estúdio de arte lá na casa dele. E aí depois eu já fui ser diretor de criação da Gênus. Depois disso, isso foi uma experiência em Cuiabá. Depois de Cuiabá eu fui para Portugal, voltei, aí vim para Curitiba, trabalhei em algumas agências aqui. Em 2004, aí eu casei pela segunda vez, aí já estava lá de comprar casa, a filha chegando. Nessa época o mercado já estava mudando, por conta da internet mesmo, a coisa era nova ali, mas já estava...

Cassiano Pires

22:25

Os clientes já estavam percebendo o potencial. E aí, nessa época, eu percebi uma coisa que tinha aprendido com uma professora no curso de segundo grau de publicidade. Para você abrir uma agência, a primeira coisa que você precisa é de um cliente. Você não precisa de mais nada. Porque é muito capital humano, é serviço, é muito capital humano. Você precisa de pessoas, e o principal, você precisa do cliente. Em 2004, eu tinha um cliente, aí eu abri uma agência. Fiquei com a agência de 2004 até 2009. Depois fechei a agência, falei a ter 20 funcionários. Chegou a ter uma agência de médio porte.

Flávio Prates

23:18

Essa foi para Lausac?. Em Curitiba?

Cassiano Pires

23:25

A Lausac, é! Em Curitiba. Atendia mercado imobiliário e mercado de educação também. Depois disso eu pulei o balcão e fui trabalhar como marqueteiro. Trabalhei mais uns sete anos como diretor de marketing de uma rede de franquias aqui.

Flávio Prates

23:52

É exagero afirmar que a MCA pode ter sido, no seu tempo, tipo uma incubadora de agências de propaganda ou de empresas de comunicação? Considerando aquele anúncio, por exemplo, que muita gente saiu e montou...

Cassiano Pires

24:10

É, lógico que não. Você vê naquele anúncio ali, a maioria das pessoas que estão ali abriram, abriram seus negócios. Então, por aí já dá para... Já é possível afirmar que sim, que foi um incubadora. E eu acredito muito por conta de dar oportunidade da pessoa aprender fazendo mesmo. É um mercado muito novo, muito cru, e que precisava de gente para trabalhar. Isso é uma coisa que, quando eu dei aula no curso de publicidade aqui, uma coisa que eu falei para os meus alunos, eu falei, E é até uma metodologia, que é a metodologia ativa. É isso, metodologia ativa que a gente usava. Eu trabalhei com eles para o projeto. Nas primeiras aulas eu fazia uma exposição teórica, do que eu achava do precisava ser de base, e depois falar.

Cassiano Pires

25:14

Eu cheguei no primeiro dia de aula e falei, as primeiras 4, 5 aulas vai ser exposição teórica, depois quem vai trabalhar é vocês, entendeu? Eu vou ficar aqui só orientando, porque vocês vão aprender fazendo. É muito isso. Na publicidade, eu acredito que você aprende fazendo, aprende errando. E isso é tão certo, isso é muito louco. Quando eu abri minha agência, eu tratei pessoal muito jovem, eu dei oportunidade para pessoal muito jovem. Estava saindo da faculdade. E eu falava, galera, vocês vão aprender. E eu dei a oportunidade e eles erraram, entenderam? Isso, lógico, me custou. Eu falei, em 2009 eu falei por conta de erros. Da galera que trabalhou comigo. Mas isso foi bom, por lado. Foi bom pra eles, porque a maioria deles também abriu agências.

Flávio Prates

26:15

Quer dizer, quase que repliquei o exemplo...

Cassiano Pires

26:18

Isso, isso.

Flávio Prates

26:21

Cassiano, na sua visão, na visão do Cassiano, qual foi a contribuição de Mauro Cid ao mercado publicitário de Mato Grosso? Como é que você vê isso?

Cassiano Pires

26:38

Eu acredito que Mauro Cid é um dos precursores da publicidade do Mato Grosso. Na verdade, eu não sei muito do background, eu sei um pouco da história do Mauro Cid. Eu trabalhei, cheguei de trabalhar, acho que foi um pouco menos de ano lá, mas eu sei que ele era de uma família que estava ligada à agropecuária, na região. Mas o que eu lembro da minha convivência com ele, é que ele tinha muita segurança no que ele estava fazendo tudo. Ele entendia muito do negócio. Então, se eu pensar na contribuição dele, é um dos...founding Fathers da publicidade mato-grossense do Centro-Oeste. Ele é figura, como é que fala? Uma das pedras angulares, da publicidade mato-grossense, acho que o Mauro Cid merece ser reconhecido dessa maneira, com certeza.

Cassiano Pires

28:07

Por ter dada oportunidade, por ter enxergado os talentos também, as pessoas que ele contratou, as pessoas que ele deu oportunidade, enxergou talentos ali, deu oportunidade e ensinou o pessoal a trabalhar.

Flávio Prates

28:25

E a sua própria contribuição, qual foi? Pode contar sua trajetória e sua contribuição ao mercado de publicidade de Mato Grosso?

Cassiano Pires

28:32

De Mato Grosso, bicho? Pois olha, não sei se eu sou a melhor pessoa, a pessoa mais indicada para falar disso. Até porque eu fiquei no Mato Grosso de 88 a 94. Em 94 eu já vim para Curitiba, então não foi muito tempo assim. Cara, eu não sei dizer. Eu fiquei um período... Em que a publicidade aí era muito experimental ainda, entendeu? Ela não tinha maturidade. Quando eu saí daí, que eu vim para Curitiba, aí eu já peguei um mercado mais amadurecido, mais profissional, aqui eu me tornei profissional de verdade. Mas, ao mesmo tempo que eu estava me tornando, foi tudo muito rápido, eu estava me tornando profissional maduro aqui, a publicidade matogrossense foi... Foi tomando seu rumo e foi amadurecendo de maneira muito rápida também.

Cassiano Pires

29:43

Tanto quanto em 2009, quando voltei a fazer uma parceria com a agência do meu primo, o mercado já estava muito consolidado.

Flávio Prates

29:57

Tirando um pouco do P, pode falar?

Cassiano Pires

30:03

Não, eu não sei dizer se eu tive uma... Até por conta do tempo que eu fiquei, eu não sei se eu realmente tive uma contribuição muito... Consistente para a formação do... Hoje eu sei que o mercado matogrossense é muito maduro, muito consolidado, com excelentes profissionais, entendeu?

Flávio Prates

30:26

Então, de alguma maneira, assim, só, até o meu depoimento para você, sim, mas de alguma maneira, depois da MCA ali, você pôde passar por outras agências, como você citou, DMD, Época, Gênio, depois lá com o Lerh, né? Enfim, e você foi deixando sementes por esses lugares, com certeza, né?

Cassiano Pires

30:50

Sim, sim.

Flávio Prates

30:53

É, falar de si mesmo é meio complicado. Mas, sob o olhar dessa consolidação que você acabou de citar, na sua opinião, Você pode citar os principais nomes de profissionais, agências de outros meios, empreendedores ou mesmo talentos que ajudaram de alguma forma na consolidação desse mercado da publicidade em Mato Grosso?

Cassiano Pires

31:27

Cara, de cabeça, você é uma das pessoas, né, Flávio Prates. O Osmar, que é uma figura folclórica, diria até, da publicidade cuiabana, publicidade mato-grossense, gosto muito do Osmar, ele é folclórico mesmo, ele é muito peculiar. O Brasa, o Júnior Brasa, não dá para deixar de citar, o Brasa dos Gênio, é grande nome da publicidade. O Manga, meu primo, o Manga, acho que ele contribuiu muito para a publicidade, muito. Porque foi muito engraçado que ele... Quando eu saio de Cuiabá e venho para Curitiba, Eu acho que é mais ou menos nessa época que ele começa a

jornada dele na publicidade matogrossense. E ele realmente fez história. Ele tem um nome bem consolidado aí no mercado matogrossense.

Flávio Prates

32:44

Sem dúvida.

Cassiano Pires

32:45

O que mais posso lembrar agora? Cara, assim... Na área da comunicação, posso citar fotógrafos também?

Flávio Prates

32:55

Claro!

Cassiano Pires

32:57

O Rai Reis, o Raimundo, grande profissional. Que eu lembrei, faz 30 anos que saí do Mato Grosso. Eu sempre voltava, minha família morava aí, meu irmão ainda mora aí. Eu sempre voltava todo ano, mas era só mais para visitar. Dessa que eu vim para cá, na época comecei a viver o mercado daqui mesmo.

Flávio Prates

33:25

Veja se essa afirmação é possível. Podemos afirmar que a geração de publicitários que atuaram na MCA Propaganda naquele período e que foram citados no anúncio de 10 anos, foram os principais responsáveis pela consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso ou essa informação é exagerada?

Cassiano Pires

33:50

Não, acho que não. Eu acho que se você pegar as grandes agências da década de 90 ali, final da década de 80 e década de 90, o pessoal que passou pela MCA. O pessoal que fez a base mesmo, que fez a publicidade, que construiu a publicidade no Mato Grosso, com certeza, o pessoal que passou pela MCA.

Flávio Prates

34:20

Tem mais duas só pra terminar. Tem alguma coisa disso tudo que a gente conversou? Há alguma coisa de relevante que a gente não tratou? Algum fato importante, histórico, alguma coisa assim que você gostaria de mencionar sobre aquele tempo da história da publicidade de Mato Grosso, mas em particular sobre essa consolidação de mercado?

Cassiano Pires

34:54

Cara, uma coisa que me vem à mente, que apesar de ser um mercado bastante amador, vamos dizer assim, final da década de 80, comparado ao eixo Rio-São Paulo, o eixo Sul aqui também, O mercado mato-grossense, no final da década de 80, começo da década de 90, ainda ele é muito amador, ele está começando a se consolidar mesmo, fazer materiais mais profissionais, até um artesanato mais apurado. Entretanto, em 91, eu vou para Portugal, eu fico ano lá, eu volto em 92, 93 ali, eu fico um ano ainda em Cuiabá antes de vir para... Em agosto de 1994 eu vim para Curitiba. Aí eu fiquei ano em Cuiabá e fiquei trabalhando na Época, lá com Osmar. E olha que interessante,

foi na mesma... Até então, como eu tinha comentado, o Departamento de Arte Enfim, a maioria das empresas não tinha computador.

Cassiano Pires

36:22

E bem nessa época, uma gráfica, esqueci agora, uma gráfica bem importante, esqueci o nome, uma gráfica de São Paulo, começa a trazer os primeiros Macs para São Paulo, para as agências de publicidade de São Paulo. Mais ou menos ali 90, 91, 92. 93, quando eu vou trabalhar, na Época, o Osmar tinha comprado 386, PC 386. E era o único, a agência que era o Osmar, a Marilda, a Eva Brown, que era a produtora que fazia os VTs, produzia os VTs, e de criativo só tinha eu na agência. E tinha o 386. Então pra mim foi muito legal que aquele ano eu tive a oportunidade de fuçar e aprender a trabalhar no computador.

Cassiano Pires

37:22

Olha só, apesar de ser mercado até então amador, estava começando a se estruturar, começando a querer se profissionalizar, numa agência pequena, ao mesmo tempo que estava acontecendo essa transição nos grandes centros, em Cuiabá já tinha...O Osmar já tinha, já teve essa visão, comprou computador. E tudo, para mim, foi muito importante que em ano eu aprendi a... Sozinho mesmo, como autodidata, aprendi a trabalhar no Windows e nos programas de edição gráfica que tinha disponíveis. Na verdade, era o CorelDRAW, CorelPhotoPaint... Aí eu vou ter contato com os programas da Adobe quando venho para Curitiba e aí comecei a trabalhar com o Macintosh, com os computadores da Apple. Que agora também não trabalho mais, agora é só PC também. Para mim, é o meu PCzinho aqui, resolvo, faço vídeo, faço tudo.

Flávio Prates

38:23

Apesar disso que você está falando, esse amadorismo, a publicidade de Mato Grosso naquele tempo era criativa?

Cassiano Pires

38:32

Para você trabalhar com publicidade, você tinha que ter esse perfil criativo. Eu acho que, em Cuiabá, naquela época, a gente era mais criativo do que hoje, em Curitiba.

Flávio Prates

38:53

É porque a gente tinha que adaptar muita coisa também.

Cassiano Pires

39:02

você.

Flávio Prates

39:14

Ops, voltei.

Cassiano Pires

39:18

Tô ouvindo.

Flávio Prates

39:21

Uma última. Não.

Cassiano Pires

39:23

É.

Flávio Prates

39:24

Você caiu.

Cassiano Pires

39:40

Ops, voltou?

Flávio Prates

39:42

Voltou.

Cassiano Pires

39:43

Então, Flávio, eu me arrisco a dizer, cara, que a gente era mais criativo naquela época do que hoje em dia. Era mais criativo e era muito mais divertido de trabalhar com publicidade. Cara, eu, olha assim... Eu não ganhei, não fiquei rico com essa profissão, mas eu me diverti demais. Eu me diverti muito. Era muito divertido trabalhar com publicidade. Hoje não é, mas hoje está chato. Hoje está meio chato trabalhar com publicidade. Não, do jeito que era na época, cara, era muito divertido.

Flávio Prates

40:23

Cassiano, a última aqui para a gente encerrar e eu te libertar aí, porque eu já me abusei de você demais. É exagero dizer que o Mauro Cid foi o pai da publicidade matogrossense ou essa filha tem vários pais e várias mães?

Cassiano Pires

40:44

Cara, eu não acho exagero, não. Eu acho que o Mauro Cid, como eu te falei, é a pedra angular ali, é o founding father, entendeu? Ele é o cara, ele é o cara. Ele teve a sacada de abrir agência, de montar aquele negócio, de dar... Eu acho que ele dá a ponta... Apesar de ter... Sim, tem muita gente, né? Tem vários pais, várias mães e tal. Mas eu não acho exagero dizer que... Até porque eu sou amigo... Eu tenho uma ligação emotiva com a figura, né? Trabalhar... Enfim, a minha primeira oportunidade na publicidade, ele olhar para aquele piá de 18 anos e falar, não, venha, vamos trabalhar aqui, vamos fazer junto aqui. Abra as portas. Abra as portas, sim. Olhar meu portfólio lá e falar, não, beleza, venha, vamos trabalhar. Entendeu? Eu não acho exagero, não. Na minha percepção, ele merece esse título.

Flávio Prates

42:01

Cassiano, obrigado pelo seu depoimento.

Cassiano Pires

42:03

É isso, Flávio.

Flávio Prates

42:04

Obrigado a você pela oportunidade. Agora eu depoimento a sua história, muito bonita. Você pode andar pelo mundo, ver muitos lugares do mundo, enxergar, empreender, aprender, evoluir, ter filhos, plantar árvores, escrever livro.

Cassiano Pires

42:23

Sim, fiz tudo isso.

Flávio Prates

42:29

E agradeço demais, velho, por você ter dado esse depoimento. A sua vida é lindíssima, a sua história é muito bonita. Até fiquei com nozinho aqui, emocionado. Obrigado pela sua contribuição no trabalho. Obrigado pela sua disponibilidade. Muito mesmo. Muito obrigado pela ajuda.

Cassiano Pires

42:49

Obrigado, Flávio.

Flávio Prates

42:52

Eu vou segurar aqui a gravação pra gente terminar aqui, tá?

Cassiano Pires

42:55

Beleza, cara.

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM ELISEU FREITAS

Eliseu Freitas

01:43

Alô.

Flávio Prates

02:32

Está indo. Boa tarde, Eliseu. Tudo bem?

Eliseu Freitas

02:37

Boa tarde, Flávio. Tudo bem.

Flávio Prates

02:40

Bom, então, o motivo dessa nossa reunião aqui é te entrevistar para o mestrado que a gente está fazendo, tentando levantar os princípios, os primórdios da história da publicidade aqui no Mato Grosso. Então, o mestrado, o título do mestrado é a Consolidação do Mercado Publicitário em Mato Grosso, uma história contada, porque os participantes é que vão contar, a história, e mais focado no caso da MCA Propaganda, sobretudo aquele anúncio que eu te enviei, que cita vários nomes, então esse anúncio serviu de base para a gente buscar essas pessoas para entrevista. Então, pelo que diz o anúncio ali, dá a impressão de que a MCA foi uma escola antes da formação das escolas em Mato Grosso e essa é a nossa investigação.

Flávio Prates

03:42

Então, eu só te peço para você se dedicar, se identificar, falar um pouco de você, sua formação e tal, sua identificação e sua trajetória, sua formação.

Eliseu Freitas

04:01

Meu nome é Eliseu Freitas. Comecei a trabalhar em comunicação muito cedo, com 14 anos, trabalhei em emissora de televisão. Sou formado em marketing e propaganda, pela Uniube, em 1983. Meu primeiro emprego, depois de formado, foi na MCA Propaganda, trabalhando com... Trabalhava, fazia mídia e RTV, Rádio e TV. Tudo o que era relacionado a esse termo dentro da agência, a gente trabalhava.

Flávio Prates

04:37

Então você se formou em publicidade, tem graduação, nível superior, e a universidade é a UNIUBE, que é a Universidade de Uberaba, em Minas Gerais. Então, em Cuiabá, só confirmando, você trabalhou no MCA e foi seu primeiro emprego?

Eliseu Freitas

04:58

Foi meu primeiro emprego, depois de formado, foi na MCA Propaganda.

Flávio Prates

05:02

Certo. Você se recorda o período em que você trabalhou lá no MCA? O ano?

Eliseu Freitas

05:13

1984. Entre 83 e 83.

Flávio Prates

05:14

Então, a sua função, você fez o RTV, você fez...

Eliseu Freitas

05:20

Cuidava dos veículos, dos VTs, dos spots para a rádio, relacionava-se, distribuídos para todo o estado, a gente atendia contas grandes, né?E também ajudava os atendimentos a fazer mídia, ajudava o pessoal da mídia também.

Flávio Prates

05:35

Mídia e RTV, vamos dizer assim. Fazia produção, acompanhava a direção em filmagens?

Eliseu Freitas

05:40

Também. Essa foi uma das vantagens de trabalhar na MCA, porque apesar dela ser uma agência muito grande, ela permitia que você trafegasse dentro de vários departamentos lá e isso dava uma visão muito boa de como funciona a empresa.

Flávio Prates

05:57

Tinha método? Você tinha uma organização? Você se lembra da sua rotina, mais ou menos?

Eliseu Freitas

06:06

Eu atendia... A agência, se não me engano, tinha cinco pessoas de atendimento, fora o Mauro Cid, que era o proprietário, eu atendia diretamente as cinco pessoas, os cinco atendimentos. Tinha um chefe de mídia, que era do departamento de mídia, e ela me passava muita coisa, porque o volume de clientes era muito grande na época, e de serviço. Então fui encarregado como RTV, cuidar das produções de vídeo e tal, gravação de spot, mas ajudei na mídia também.

Flávio Prates

06:45

Você já tinha trabalhado em agência de publicidade antes desse período na MCA? Tinha alguma experiência na função de agência, em trabalhar em agência, antes da MCA ou não?

Eliseu Freitas

06:57

Não, tinha trabalhado sempre dos 14 até os 23 anos. Trabalhei emissora de televisão. Comecei como cinegrafista, na parte técnica, e depois fui para a área comercial. Trabalhei na TV Centro-América aqui, na filiada da Globo, na parte técnica e depois em Uberlândia também, outra filiada da Rede Globo, trabalhei no departamento comercial.

Flávio Prates

07:24

Era até essa pergunta, né? Por onde você trabalhou antes do período da MCA e em que tipo de trabalho você já havia atuado? Mas enfim, você respondeu. Como era o trabalho em uma agência de propaganda em Mato Grosso naquele período? Ou seja, Mato Grosso está bem distante dos

grandes centros. Você via como algo que já tinha algum desenvolvimento ou que era bem rudimentar? Como era esse trabalho na agência? Eliseu?

Eliseu Freitas

07:57

Coiabá, praticamente, Mato Grosso tinha duas grandes agências, a MCA Propaganda e a Z8 Publicidade. Que detinham as maiores contas do mercado. A MCA era muito mais bem estruturada, com todos os departamentos bem definidos, grande número de funcionários para a época. Como o Mauro Cid havia trabalhado... em sua formação e depois de se formar também, trabalhando em São Paulo, em grandes empresas de comunicação, ele tinha uma noção muito correta do que deveria ser uma agência de propaganda. Então, na época, eu diria que ela tinha mais funcionários e era mais estruturada o organograma da empresa do que muitas agências hoje ainda em Cuiabá.

Flávio Prates

08:52

É uma pergunta um pouco diferente. Você mais aprendeu ou mais ensinou, ou os dois, nesse período da MCA? Como é que conta, mais ou menos, como foi?

Eliseu Freitas

09:03

Eu aprendi muito mais, inclusive com essa liberdade que a empresa tinha, a flexibilidade lá dentro deixa a gente...Trafegar por vários setores, dar palpite e ajudar. Isso dava uma visão muito boa do que cada departamento fazia. Departamento de arte, produção, mídia, atendimento, até o financeiro. As portas eram muito abertas. Então permitia você... eu aprendi muito em termos de... Uma empresa estruturada, de como montar todos os departamentos e tal. E levei um pouco da contribuição, porque eu sabia na área de televisão, porque eu trabalhei muitos anos antes de ir na MCA, emissoras de televisão, dei minha pequena contribuição lá nesse setor.

Flávio Prates

09:55

Você acha correto afirmar que a MCA era uma espécie de escola de publicidade naquela época, mais ou menos entre 1979 e 1989, que foi o período que ela existia, já que naquele tempo não havia uma faculdade de publicidade em Mato Grosso? É correto afirmar que o MCA funcionou como uma espécie de escola, formou pessoas?

Eliseu Freitas

10:19

sim. Eu acho que valeu até, inclusive, mais do que uma faculdade, uma universidade, porque permitiria uma prática grande. O Mauro era uma pessoa muito gentil, proprietária, deixava, inclusive, os funcionários terem acesso aos clientes. Inclusive, contribuiu muito para a formação de network de vários funcionários que depois abriram suas próprias empresas de agência de publicidade. Eu acho que é melhor que uma escola, porque você estava aprendendo a parte teórica, que era muito bem organizada a agência, e a parte prática também.

Flávio Prates

11:01

E até gancho do que você falou, você chegou a fundar uma agência ou uma empresa no ramo de comunicação depois da MCA? Quais são os caminhos profissionais que você trilhou pós-MCA?

Eliseu Freitas

11:19

Ainda na MCA eu montei uma produtora de vídeo com alguns sócios, porque em Cuiabá na época tinha uma produtora de vídeo, E eu juntei com alguns amigos e montamos uma outra produtora. Até eu pedir para sair porque eu estava tomando muito tempo. Depois eu não trabalhei mais em

agência de propaganda, trabalhei em veículo. Fui convidado para gerenciar o departamento comercial da TV Brasil Oeste, que era filiado à Rede Manchete na época. E sempre trabalhei depois como veículo. Depois trabalhei no setor ainda na gráfica Genus, organizando o departamento de vendas e de outdoor da gráfica, mas a agência de publicidade mesmo foi só na MCA Propaganda.

Flávio Prates

12:06

Eliseu, por memória aqui, salvo engano, você teve uma empresa que comercializava, acho, mídia, que era uma espécie de agência com o Adriz, uma coisa assim?

Eliseu Freitas

12:21

A TV Rondon, de Rondonópolis, terceirizou o departamento comercial deles para a gente. Então, a gente tinha uma equipe... Não, era afiliada, na época, a Manchete também. Então, a gente... Todo o departamento comercial da emissora, lá em Rondonópolis e aqui na capital, era todo terceirizado. A gente que administrava, que fazia as vendas e... Toda a parte comercial, de.

Flávio Prates

12:53

Comercialização dessas duas emissoras.

Eliseu Freitas

12:56

Era como se fosse uma agência, mas não de planejamento, apenas na parte de corretagem de anúncios, de veiculação.

Flávio Prates

13:08

De mídia, comercialização de espaço publicitário. Foi uma empresa que você montou depois da MCA, evidentemente.

Eliseu Freitas

13:16

Depois da MCA, sim.

Flávio Prates

13:19

Eliseu, você sabe citar algum ou alguma colega que fundou agência de publicidade ou alguma empresa de comunicação depois de trabalhar lá na MCA? Além de você, alguém mais que passou por lá, que montou agência ou empresa?

Eliseu Freitas

13:38

Várias pessoas, várias pessoas. Praticamente todas as pessoas que trabalharam no departamento de atendimento da MCA, depois acabaram montando suas empresas e até se tornaram grandes agências. O Osmar, da Época Propaganda, a Regina Kaiser, da RKF Publicidade, a Márcia, da DMD. O Antônio Carlos montou uma empresa de... Ele ficou com uma empresa de outdoor, que era da propriedade da MCA Propaganda, que tinha uma empresa de outdoor. Antônio Carlos era ex-funcionário, ele ficou com essa empresa. Há muita gente que trabalhou lá, depois do Antônio Copriva também, que era o redator, parece que montou uma empresa de assessoria de comunicação. Todos eles montaram empresas, inclusive grandes empresas, cresceram e marcaram uma época na publicidade de Mato Grosso, e o primeiro trabalho deles em agência foi na MCA Propaganda.

Flávio Prates

14:38

Então, é exagero ou não afirmar que a MCA pode ter sido, naquele momento, tipo de uma incubadora de agências de publicidade ou de empresas de comunicação? Quer dizer, através dessa expertise, dessa transferência, dessa experiência vívida lá, como as pessoas saíram de lá e montaram suas próprias empresas, a gente pode afirmar isso? Que a MCA foi uma espécie de incubadora?

Eliseu Freitas

15:06

Sim, sim. Inclusive, algumas pessoas até assumiram alguns clientes também. O Mauro estava investindo em outros projetos, foi secretário de comunicação e tudo. E algumas pessoas da área de atendimento, de planejamento de marketing, começaram a montar as empresas deles dentro da própria MCA.

Flávio Prates

15:37

Na sua opinião, no seu depoimento, qual foi a contribuição de Mauro Cid ao mercado publicitário de Mato Grosso?

Eliseu Freitas

15:45

Olha, eu resumiria em uma só palavra, fundamental.

Flávio Prates

15:49

Então foi importante, ele contribuiu bastante.

Eliseu Freitas

15:56

Sim, a maior agência de Cuiabá, que tinha os melhores clientes, numa época em que não tinha as redes sociais e o investimento do mercado era grande em veiculação de televisão, rádio, jornal, outdoor, e eles usavam muito uma agência de propaganda. Então, foi um momento muito efervescente da comunicação do Mato Grosso. E foi uma base bem construída para o que é hoje, em Mato Grosso, a comunicação.

Flávio Prates

16:37

Deve ter sido bem complicado, porque não tinha escola, você forma pessoas para...

Eliseu Freitas

16:42

É, eu penso hoje na dificuldade do Mauro Cid, o proprietário, de montar uma equipe, porque era difícil, você não tinha pessoas que já tinham trabalhado em agência, que já tinham experiência de como atender, como operar o planejamento de marketing para cliente e tal, eles não tinham...O Mauro teve que formar um por um. Tinham algumas pessoas formadas em propaganda, no caso eu, a Márcia, que depois montou o DMD, mas a Regina e muitos dos funcionários não tinham formação de publicidade e aprenderam tudo lá dentro da MCA Propaganda.

Flávio Prates

17:28

Acho que naquele ano, 83, 84, você, a Márcia, o Vinagre eram os únicos publicitários formados.

Eliseu Freitas

17:42

Tinha o Remy Biancardini. Tinha eu, a Márcia, o Remy e o Vinagre. Tinha quatro pessoas.

Flávio Prates

17:48

Mato Grosso inteiro, tinha quatro pessoas.

Eliseu Freitas

17:52

Formação na área de propaganda. Posso falar.

Flávio Prates

18:00

E sua própria contribuição para a publicidade de Mato Grosso? Como é essa sua trajetória? Como você contribuiu para o mercado de publicidade? Você montou empresas e tudo mais. Como você vê sua contribuição?

Eliseu Freitas

18:13

Olha, a gente na época... O mercado publicitário, eu diria que a minha produtorazinha na época, que era muito pequena, muito acanhada, Só tinha duas na cidade, né? A gente optou por, como a gente não tinha muitos recursos técnicos de equipamentos, a gente optou por auxiliar muito as agências de propaganda na parte criativa. A gente recebeu o storyboard e fazia aquele storyboard e valorizava muito ele na parte da produção dos VTs. Então, eu acho que, assim, muitas agências se surpreendiam com a qualidade final do trabalho, porque a gente pegava uma ideia e a produção

era boa. A gente trazia até diretores de outros estados, de Goiânia, às vezes de São Paulo, para dirigir comercial.

Flávio Prates

19:13

Legal. Se você pudesse fazer uma reflexão na opinião de sua opinião, quais foram os principais nomes da publicidade nesse período que você acredita que ajudou a consolidar o mercado, o negócio de publicidade em Mato Grosso? Quem você poderia citar como importante nessa afirmação?

Eliseu Freitas

19:38

Mauro Cid, que foi o pioneiro e o grande artífice da base da construção do negócio da comunidade no Estado. O Geraldo Gonçalves, que era proprietário da segunda maior agência do Estado, em termos de tamanho e de clientela, e que era excelente homem de criação. O Mauro Cid foi um excelente planejador de marketing e network muito consolidado, muito grande. O Geraldo era .. um publicitário estritamente de criação. Tinha uma agência com menos, uma equipe mais reduzida, mas produzia muita coisa boa também. O João Pedro Marques, que também foi jornalista que foi sócio, que contribuiu bastante. A Regina também, que começou uma empresa pequena, aprendeu com o Mauro Cid lá e depois atendeu grandes clientes aqui no Estado. O Osmar, da Época Propaganda também, que fez muita coisa criativa e diferente na época.

Eliseu Freitas

20:47

Hoje, o pessoal mais novo, tem muito publicitário aí, Fazendo Bonito, Júnior, da Gênus Publicidade. Tem muita gente boa aí no mercado.

Flávio Prates

21:05

É o suficiente. Esses nomes foram importantes mesmo. Com base naquele anúncio e nessas coisas, é possível afirmar que a geração dos publicitários que atuaram na MCA naquele período citado no anúncio dos 10 anos foram os principais responsáveis pelas declarações do mercado publicitário em Mato Grosso? Ou essa informação é exagerada?

Eliseu Freitas

21:34

Não. Todos eles, como eu disse, a Márcia, a Regina Kayser, montaram grandes empresas. As empresas foram muito fortes, numa época em que o mercado exigia muito trabalho das agências de propaganda e não tinha todos os recursos tecnológicos que têm hoje. A gente fala que é a publicidade na época da lenha. Todos eles montaram grandes empresas fortes, que além de ajudar os clientes a faturarem bastante, também ganharam muito dinheiro.

Flávio Prates

22:27

Bom, finalizando aqui, há algo de mais relevante, algum fato importante que você gostaria de mencionar sobre esse tempo da história, que de repente tem passado batido nas perguntas aqui, sobre essa consolidação, sobre esse momento em que a publicidade se formou e se consolidou aqui no Estado, sobre toda essa formação de pessoal, alguma coisa assim que você queira falar?

Eliseu Freitas

22:57

É engraçado, porque o mercado na época, entre os setores, não tinha uma concorrência muito acirrada. Tinha uma revenda Volks, uma revenda Ford, uma construtora grande, mas apesar de não ter uma necessidade grande de investimento e publicidade, até por uma questão de vaidade, de fazer marca mesmo, de fazer marca, eles investiram muito em publicidade e propaganda. Eu

acho que o mercado, proporcionalmente, antigamente, investia muito mais em propaganda do que investe hoje. Hoje, os investimentos em publicidade estão muito pulverizados, e o pessoal da propaganda teve que se reinventar, assim como outros setores da economia também, o setor de varejo, todo o mundo teve que se reinventar. Teve gente que ficou no caminho, ficou para trás, porque não acompanhou a evolução muito rápida. E hoje não temos grandes empresas de comunicação, de agência de propaganda. Temos muitas empresas de publicidade, mas...

Eliseu Freitas

24:17

Como empresas, são pequenas empresas e grandes negócios. Não são empresas grandes como as de antigamente.

Flávio Prates

24:28

Última. É exagero dizer que o Mauro Cid foi o pai da publicidade de Mato Grosso ou essa filha tem vários pais e várias mães?

Eliseu Freitas

24:39

Eu diria que o Mauro foi o pai e a mãe. Porque numa época em que... Ninguém sabia como fazer, ele veio e fez. Isso tem valor, mérito muito grande. Porque hoje, depois que o mercado está feito, está consolidado, todo mundo sabe como é que faz, como é que utiliza a televisão, como é que utiliza as redes sociais, hoje o conhecimento está disseminado. Na época, quando ninguém sabia o que fazer, o Mauro fez. Então isso tem valor extraordinário.

Flávio Prates

25:11

Em Mato Grosso, né?

Eliseu Freitas

25:14

Em Mato Grosso.

Flávio Prates

25:16

Então, pode-se dizer assim, o Mauro foi o pai e a MCA foi a mãe? Pode ser. Eliseu,, obrigado, era isso. Obrigado pela sua contribuição, participação aqui nessa pesquisa. Vamos ver se a gente consegue levantar direitinho essa história, contar essa história para as próximas gerações, como é que se deu essa implantação. Tomara que a gente tenha sucesso nisso. Obrigado, viu?

Eliseu Freitas

25:44

Parabéns pelo sucesso aí.

Flávio Prates

25:46

Vou segurar a gravação aqui e a gente continua. Tabom.

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM MARCIA MORAES FERREIRA

Flávio Prates

00:01

três, dois, já. Boa noite, Márcia. Tudo bem?

Márcia Ferreira

00:09

Boa noite, Flávio. Tudo em paz.

Flávio Prates

00:11

Muito obrigado. Prazer falar com você. Muito obrigado pela participação aqui nessa pesquisa de mestrado. Eu queria apenas esclarecer para você uma pesquisa da Universidade Fernando Pessoa, na cidade do Porto, em Portugal. E o tema é a consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso, uma história contada, o caso MCA Propaganda, a escola antes da escola, no período aproximadamente entre 1979 e 1989, que aparentemente foi uma primeira fase ou a existência da MCA Propaganda no mercado . Com a orientação da professora doutora Elza Simões, da Universidade Fernando Pessoa. Então, eu queria começar a pedir, agradecer pela participação e pedir uma breve identificação sua, contar um pouco sobre a sua identidade mesmo, porque até durante a entrevista eu faço várias perguntas que vão te possibilitar contar toda a sua história também.

Márcia Ferreira

01:23

Bacana. Eu cheguei em Mato Grosso em 1980, recém-formado em comunicação pela Faculdade da Cidade, no Rio de Janeiro, mas o meu desejo era seguir o jornalismo. Então, o professor meu tinha amigo, colega aqui, que se chamava Mauro Cid, e me apresentou, telefonou para Mauro aqui,

que eu estava mudando do Rio para cá, E eu fui, então, encontrei Mauro e eu disse, eu quero jornal . E ele me levou até Pedro Rocha Jucá, que era diretor do jornal Estado de Mato Grosso. Só que ali eu não fiquei mais do que quatro meses, e decidi que eu não queria jornalismo, eu queria era publicidade. Fui, fiz escola superior de propaganda, retornei, e logo Mauro já me levou, antes até de concluir, Mauro já me levou para a MCA da Joaquim Murchinho, e ali eu fiquei.

Márcia Ferreira

02:25

Nesse mesmo momento também surgiu em Cuiabá o BNH, Banco Nacional de Habitação, para construir, então, CPA 2, 3, 4, e o BNH precisou de uma assessora de imprensa, e Mauro, me indicou, porque eu precisava ser jornalista também. E não tínhamos, era eu e o César da EBN, que era formado naquele momento, e o César já tinha esse contrato com a empresa estatal EBN. Aí eu vou, então, para o BNH, e dizem que eu sou a primeira funcionária fantasma, né? Porque quando eu aceitei, eu disse, olha, eu não queria de jeito nenhum, né? Eu não venho aqui. Aí o diretor do BNH disse, não, a senhora não precisa vir aqui, não. Onde a senhora tiver, se tiver Telex, a senhora responde. E o Mauro, então, arrumou um Telex lá na agência dele.

Márcia Ferreira

03:31

E aí, então, o BNH do Rio me chamou através do Telex, porque eu não ia lá na sede deles. E foi assim. A MCA cativou não só a mim, como a todo mundo. Eu tentei até num primeiro momento, fui convidado para dar aula também, no primeiro curso, mas não era a minha praia, eu queria aquela... Aquela agitação que era o mercado da publicidade, eu me identifiquei muito desde o início. E foi assim. Na MCA eu fiquei durante oito anos. Quando, então, eu saio, eu e José Dorileo, que éramos funcionários, fomos atrás do irmão do José Dorileo, que era o João Dorileo, no Jornal do Dia, e o convidamos para abrir uma agência.

Flávio Prates

04:29

Certo.

Márcia Ferreira

04:29

Não foi fácil. Foi um ano de decisão. Um ano de decisão. Vamos ou não vamos? O Mauro, no primeiro momento, sentiu-se traído. Foi muito dolorido, porque o Mauro achava que era uma traição. Foi muito dolorido pra mim, pessoalmente, pra Dorileu também, pra José. É uma visão, né? Ei?

Flávio Prates

04:49

Acaba sendo uma cisão ali, depois que as coisas se acomodam, na verdade.

Alto-

sim, eu sofri muito, porque eu amava de paixão, como amo de paixão o Mauro, e ele não entendeu que a gente estava buscando espaço, uma coisa que a gente acreditava que poderia dar certo. Mas hoje, graças a Deus, o tempo passou, o Mauro entendeu, e, muito querido, a gente tem excelente relacionamento.

Márcia, só consolidando, você estudou publicidade de alguma forma, graduação superior a algum curso técnico de comunicação publicitária? Foi jornalismo, foi comunicação?

Alto-

Foi comunicação na época, não sei se hoje como diz, na época era comunicação com ênfase em jornalismo. Depois, então, eu fiz escola superior no Rio.

Flávio Prates

05:43

Essa é a primeira faculdade, a Universidade da Cidade, no Rio de Janeiro, na Lagoa. Em Cuiabá, você, já disse aqui, trabalhou na MCA durante oito anos. Você lembra do período que você trabalhou, Márcia? De que ano?

Márcia Ferreira

06:00

Sim, começamos em 81. O primeiro ano foi... Eu cheguei em 80, em 81 já fui trabalhar com o Mauro.

Flávio Prates

06:10

Ali para o 86, mais ou menos, que nasce a DMD?

Márcia Ferreira

06:13

É 88, 86.

Flávio Prates

06:18

Qual era a sua função profissional, o seu cargo na MCA?

Márcia Ferreira

06:21

Como é que funcionou? Atendimento.

Flávio Prates

06:24

Fazia toda a partida?

Márcia Ferreira

06:27

Atendimento e planejamento. O planejamento acontece depois, no primeiro momento, atendimento.

Flávio Prates

06:33

Certo. Prospecção também só...

Márcia Ferreira

06:38

Sim, Sim Era uma coisa só, Flávio, a prospecção e o atendimento.

Flávio Prates

06:43

Certo. Você pode descrever mais ou menos sua rotina de trabalho na agência, mas não faz sentido da gente tentar compreender a organização naquela época, como é que acontecia?

Márcia Ferreira

06:56

Bom, a gente entrava, eu não tinha filhos, né? Então, a gente entrava às oito da manhã e saiu, almoçava por ali mesmo, atrás. Isso, nesse momento, eu estou falando ali do Joaquim Murtinho, né? Aquele predinho de Joaquim Murtinho. A gente almoçava por ali, perto da Assembleia Legislativa, e saía às sete horas da noite da agência. Era uma agência bem departamentalizada desde o início. Você tinha aqueles setores tradicionais de uma agência daquela época, com a criação, com redatores, com grande departamento de arte, com mídia. Era bem departamentalizado. E o atendimento é sempre o chato da história ali, porque o atendimento a gente entendia e éramos profissionais meio metidos, porque a gente se julgava representante do cliente ali na agência, então a gente era meio metido a falar pelo cliente.

Flávio Prates

08:05

Na agência briga pelo cliente? Na agência briga pelo cliente, e o cliente não briga pela agência.

Márcia Ferreira

08:15

É interessante, na semana passada eu estava gravando, comentando com uma pessoa, A agência tinha todos esses profissionais nas suas respectivas áreas, mas não deixou de ser publicitários, com um comportamento tão diferenciado, tanto quanto muitas vezes irresponsável, vamos dizer assim, e o Mauro resolve contratar um militar para nos organizar. Nossa, foi choque muito grande, porque o militar veio, com aquela escola mesmo militar, impondo ali, mas foi hoje e logo depois também, quando a gente se profissionaliza, a gente entende que aquilo era necessário para domar, nos domar aqueles jovens ali bem sonhadores.

Flávio Prates

09:18

Você já havia trabalhado em agência de publicidade antes desse período na MCA? Você tinha alguma experiência na função de publicidade?

Márcia Ferreira

09:27

Não, não, não. Ela foi na minha primeira escola.

Flávio Prates

09:33

O que você fez antes desse período da MCA? Em que tipo de trabalho você havia atuado? Você lembra?

Márcia Ferreira

09:40

Não, eu não tinha trabalhado. Eu vim da faculdade, formei em 1980. E já em seguida entrei na agência, foi o meu primeiro trabalho. Os projetos que eu fiz em épocas de faculdade, eu conheci agências de publicidade no Rio, a exemplo da Almap e MPM, mas foquei mais no estágio de jornalismo, em redação no Rio de Janeiro. Mas trabalhar foi o meu primeiro trabalho. É recém-formada, eu não tinha nem ano de formado.

Flávio Prates

10:16

Primeira experiência mesmo na própria MCA. Como que era trabalhar em uma agência de propaganda em Mato Grosso naquele período, 1981, 1982? Como é que era? Era meio jurássico? Enfim, como era o negócio?

Márcia Ferreira

10:37

Pouco depois, já não é em 80, mas um pouco mais depois, 85, 86, a MCA faz um termo de cooperação com o MPM Brasília. E eu, como atendimento, eu ia à MPM Brasília, que nós tínhamos essa ponte para atender numa parceria com a MPM para atender a conta de governo. E ali, quando eu fui para Brasília, na MPM, pela primeira vez, eu me surpreendi, porque nada, aquele monte de gente fazendo aquilo que Cuiabá, na nossa agência, na época, uma pessoa fazia. Lá, a mídia fazia por cliente, você tinha um mídia por cliente. Aqui, nós temos um mídia para fazer supermercado, para fazer governo, para fazer varejo, e isso me surpreendeu bastante. Quando, então, já nos idos de 80, uma agência de São Paulo, de Brasília, do Porto da MPM, já tinha uma outra estrutura. E nós, não, nós nós que...

Márcia Ferreira

11:58

Ali atendeu todo o mundo, não tinha essa departamentalização, mas eu acho que não, eu tenho certeza, Flávio, que os profissionais ali dentro daquela empresa, a união era muito maior, o cooperativismo era muito maior. Se tinha texto para ser composto lá no Coxipó, na Gráfica Genus, quem fosse para a rua, não solicitado ser tráfico, nem motorista, saía, ia buscar o texto na Composer lá no Coxipó para... Para poder atender. Então, essa solidariedade entre os colegas, acho que foi muito marcante, é uma coisa que eu tenho quase que com certeza não acontece mais nos ambientes de agência, e que também extrapolava o ambiente profissional. Então, nós frequentávamos as casas dos colegas. Então você frequentava o domingo na casa do Valmir, no churrasco na casa do Valmir, ou você ia no aniversário das filhas de Remy, né?

Márcia Ferreira

13:10

Então, isso marcou bastante. A minha filha, Carolina, com certeza chama Carolina pela filha do Mauro. Todo mundo sabia que eu era puxa-saco, mas, com certeza, era uma forma de homenagear aquele cara que foi muito importante para mim, que abriu o mercado de Mato Grosso, não só para mim, como para os colegas. Mas acho que o grande, se poderia definir, é uma solidariedade entre os colegas.

Flávio Prates

13:44

Legal. E deixa eu te fazer uma pergunta meio estranhazinha. Você mais aprendeu ou mais ensinou nesse período de propaganda do MCA? Conta como foi, porque você ficou bastante tempo, então acredito que houve uma evolução também sua lá. Você mais aprendeu ou mais ensinou lá no MCA?

Márcia Ferreira

14:07

Total aprendizado, não tem como. E esse aprendizado não vem só do Mauro. Ele vinha do aprendizado coletivo, com cada um aprendendo, entendeu? Todos ali estavam, eu diria, no mesmo nível profissional, aprendendo pela primeira vez muitas situações ali. Porque era muito mais de uma situação de vivência, de convivência, do que aprendizado teórico. Você aprendia fazendo. E fazendo, fazendo e vendo fazer. Quando a gente... Eu, por exemplo, sou uma pessoa... Eu era apaixonada pelos textos do Mauro. O Mauro foi excelente redator publicitário. Ele tinha sacadas muito rápidas, ele desenvolvia com muita facilidade um texto. E que hoje encontrei, ao longo desse tempo, uma única pessoa com uma facilidade de redigir, igual a Mauro, que é Samantha Col Debella. Ela me lembra muito o estilo do Mauro. Você fala laranja e fala cuiabá, ela disserta, entendeu? Me lembro muito da facilidade que Mauro tinha no desenvolvimento de textos.

Márcia Ferreira

15:29

E também uma outra... Uma outra situação também de grande aprendizado, que para mim foi fundamental, até hoje eu carrego esse aprendizado, que é o relacionamento. Mauro, especialmente para mim, me ensinou o valor do relacionamento pessoal, não só profissional, como pessoal, e é o relacionamento que hoje eu sobrevivo dele. Numa instituição, hoje que eu estou, a minha moeda é o meu relacionamento.

Flávio Prates

16:06

Excelente. É correto afirmar que a MCA era uma espécie de escola de publicidade naquela época, ou seja, ali entre 1979 e 1989, já que naquele tempo não havia uma faculdade de publicidade em Mato Grosso?

Márcia Ferreira

16:24

Eu acho que ela, mais do que faculdade, era estágio para quem não tinha nem faculdade. Eu acho que ali ela, mais do que uma faculdade, ela foi laboratório na prática para todos aqueles, e muitos não tinham nem faculdade mesmo. Eram os poucos formados. Nem curso superior. Eram grandes talentos ali. Eu me lembrei aqui agora há pouco do Valmir, que a gente trouxe da Bahia, que a gente teve com ele ali, e que Valmir não era, eu tenho quase certeza absoluta, não era formado, mas era talento muito grande, com certeza que o próprio Valmir foi professor para muitos que passaram nas pranchetas ao lado da prancheta dele.

Flávio Prates

17:19

Você chegou a fundar uma agência ou uma empresa no ramo de comunicação, depois que você saiu da MCA, quais os caminhos profissionais que você trilhou?

Márcia Ferreira

17:33

Depois da MCA, Eu, José Dorileu, que éramos colegas há oito anos também, ele trabalhou seis, oito anos com o Mauro também, saímos e montamos a DMD. Eram dois irmãos, José Dorileu e o João Dorileu, que também era da área da comunicação, porém ele vem de jornal, ele estava num jornal naquele momento, que era o Jornal do Dia, Então, a gente monta a DMD Propaganda, que existe até hoje. Sobreviveu ali o D de Dorileu, de João Dorileu. O Zé logo em seguida... Logo em seguida, não. Trinta anos depois sai, depois saio eu, e João Dorileu continua na MCA. Mas nesse percurso também a gente montou uma produtora... Perdão, na DMD. Nesse percurso também, logo no comecinho, a gente monta uma empresa de exibição de outdoor, Cartaz de Propaganda, ela chamava, e depois uma produtora de vídeo, que é a Imagem da Terra.

Flávio Prates

18:42

Excelente. Você sabe citar algum ou outro colega que fundou agência de publicidade ou empresa de comunicação, como você, depois de trabalhar na MCA Propaganda?

Márcia Ferreira

18:54

Regina Kaiser, RKF, quase que junto com a gente surge a RKF também, que também fez um momento muito importante na publicidade.

Flávio Prates

19:05

Mais alguém?

Márcia Ferreira

19:07

O Remy Biancardini, todos esses que a gente colocou no início, o Remy, o Biancardini, o próprio Valmir abriu a agência de propaganda dele também, o Adriz também, o Adriz foi colega também da nossa época dos anos 80, também abre a agência de publicidade dele. Então, eu diria para você que eu acho que todo mundo saiu e abriu uma agência de propaganda.

Flávio Prates

19:35

Osmar da Época.

Márcia Ferreira

19:37

Osmar da Época, todos. Osmar sobrenome Época, né?

Flávio Prates

19:43

Inclusive no anúncio lá, Osmar da Época. É exagero afirmar que a MCA Propaganda pode ter sido, no seu tempo, o tipo de uma incubadora de agências de publicidade ou de empresas de comunicação? É exagero dizer?

Márcia Ferreira

20:01

Não, de jeito nenhum. Eu acho que esses nomes todos que a gente lembrou aqui, dessas empresas, elas iniciaram a partir do MA, a partir dessa vivência, desse conhecimento que os profissionais tiveram, o suficiente para abrir e serem bem-sucedidos. Está aí o Osmar, até hoje, com a sua empresa, e outros colegas também. Então, sem dúvida alguma, foi uma incubadora de sucesso. De muitas empresas de sucesso.

Flávio Prates

20:37

Na sua opinião, qual foi a contribuição de Mauro Cid ao mercado publicitário de Mato Grosso?

Márcia Ferreira

20:45

Não existe publicidade de Mato Grosso sem fazer referência a Mauro Cid. O Mauro foi, mais do que um publicitário, foi um profissional completo em comunicação. Tanto que quando foi convidado para ser secretário de comunicação, não pelo publicitário que ele era, e sim pelo profissional da comunicação. Mauro representou o mercado de Mato Grosso na Associação Brasileira, na ABAP. Mauro teve, muitas vezes, assento na ABAP representando o Mato Grosso. Então, a publicidade não existe sem Mauro Cid, em Mato Grosso. Não tem essa possibilidade de se falar em publicidade e não se fazer referência à figura do comunicólogo Mauro Cid.

Flávio Prates

21:43

Márcia, inegavelmente, você tem uma grande importância também. Sei que é difícil falar de si, mas e a sua própria contribuição? Qual foi? Pode contar sua trajetória, sua contribuição ao mercado publicitário de Mato Grosso?

Márcia Ferreira

21:58

Cara, eu acho que eu mais recebi do que dei. Eu acho que, sem dúvida alguma, eu sou grata a todo mundo que passou ao meu lado nesses 40 anos, desde 1980. Eu gosto muito de trabalhar com jovem. Eu tenho uma facilidade de trabalhar com jovem, Eu acredito que o jovem me ajudou um pouco no exercício da paciência, um pouco no exercício da paciência, da escuta, que não é fácil,

até hoje a gente trabalha essa questão da escuta, mas se eu pudesse , eu diria para você que foi uma oportunidade de aprender com o jovem todo esse período na escuta e no desenvolvimento da paciência.

Flávio Prates

22:56

Uma troca, uma boa troca.

Márcia Ferreira

22:58

Sem dúvida alguma.

Flávio Prates

23:02

A gente citou, enfim, mas... Pouco redundante, mas, na sua opinião, quais foram os principais nomes da publicidade aqui de Mato Grosso no sentido da consolidação do negócio de propaganda em Mato Grosso? O que você acha?

Márcia Ferreira

23:21

Olha, ele foi meu sócio, mas eu acho que o mercado da publicidade como negócio deve muito para José Dorileu, porque o José Dorileu era um cara da área de finanças. E nós, publicitários, temos uma dificuldade muito grande de entender custo-benefício, de entender essa relação de publicidade com negócio. A gente gostava, muitas vezes, de lambar as nossas crias, de lambar os nossos textos, os nossos anúncios, mas não se preocupava muito com o custo. Eu acho que a figura do José Dorileu, no financeiro de uma agência, foi muito importante para que todos aqueles que tiveram a oportunidade de trabalhar com ele. Esse alerta que ele mostrava que era preciso, sim, viver da

publicidade, mas viver com retornos financeiros. Eu acho que é acreditar em publicidade como negócio.

Flávio Prates

24:27

Perfeito. Podemos afirmar que a geração de publicitários que atuaram na MCA Propaganda naquele período do anúncio dos 10 anos foram os principais responsáveis pela consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso? Essa informação é exagerada?

Márcia Ferreira

24:47

Eu acho que não é que ela seja exagerada, mas eu acho que ela é incompleta, porque eu... Acho que nessa lista tem que botar aqueles que acreditaram, como Joel Bolhões, na Casa Bolhões, aqueles que eram anunciantes, entenderam? E que acreditavam nessa turma que estava fazendo propaganda que até então não existia. Então, acho que essa lista falta um pouco quando ela não lembra os anunciantes que pagaram as nossas contas, a exemplo do Joel, a exemplo do Edmundo Oliveira, da Trese administradora, e vários outros anunciantes que pagaram o nosso trabalho.

Flávio Prates

25:33

Sem dúvida. O Osmar cita o Júlio Campos como sendo o primeiro criador da Secom, em Mato Grosso. Tem realmente vários nomes. Última pergunta, penúltima. Há algo de mais relevante, algum fato importante que você gostaria de mencionar sobre esse tempo da história do mercado de publicidade em Mato Grosso e, principalmente, nesse aspecto da consolidação do mercado de Mato Grosso?

Márcia Ferreira

26:07

O Flávio... Tem um caso bastante interessante que eu tive a oportunidade de vivenciar na década de 1980. Não vou falar qual é o governo, mas é na década de 1980. A MCA, num acordo operacional, esse era o termo, acordo operacional com a MPM, faz a primeira campanha utilizando até Outdoor. E outdoor Duplo, já começou com outdoor Duplo. Tivemos que levantar as placas para fazer essa campanha, que era do ônibus elétrico. Agora, Cuiabá não tinha nem energia elétrica. Mas a campanha foi premiada pela... A MPM, conseguiu colocar essa campanha num prêmio, que eu não me recordo mais qual era, um prêmio nacional. E a campanha foi premiada. Agora, veja que irresponsabilidade anunciar uma coisa que jamais sairia dos trilhos. Eu acho que é o BRT e o VLT até hoje tá aí... Em 1980. E nós não temos energia. E a gente fazendo aquela campanha...

Márcia Ferreira

27:22

E a equipe toda, eu me gravei, na MCA, a gente discutindo, para fazer o briefing daquela campanha, como o que o governo quer fazer o ônibus elétrico, se nem energia. Nós tínhamos uma deficiência de energia muito grande. Mas não importa, faça, porque tem dia de lançamento, tem o lançamento, a campanha tem que ir para o ar. Então, isso é uma coisa que eu gravei muito. Como também, acho que a publicidade ali viveu um boom, único na construção civil. Nós fazíamos o nosso cliente Trese Administradora com as construtoras parceiras da Trese, nós fazíamos o anúncio de lançamento de prédio e naquele mesmo momento a gente faz dois anúncios, o de lançamento com uma tarja escrevendo o lançamento, mostrando que era lançamento, e já fez o segundo anúncio, que era para sair no diário de Cuiabá, com uma tarja totalmente vendida.

Márcia Ferreira

28:27

Porque a gente sabia, a gente lançava já com o prédio vendido. A publicidade pôde vivenciar um momento ímpar, que foi a construção civil, aqui em Cuiabá, e foi durante muito tempo esses segmentos dos maiores anunciantes do mercado aqui, de Cuiabá. E a gente fez peças muito belas. Sinto a gente não ter essa memória da publicidade. Para que as pessoas possam avaliar, porque as

peças principalmente, as peças de publicidade dos lançamentos imobiliários, as ações, porque não era só publicidade. A gente fazia ações, o que era muito legal. E hoje você não vê muito essa comunicação global onde você tem os veículos tradicionais que se tinham na época, rádio, jornal, televisão, mas se fazia muita promoção. Fazíamos muitas ações de rua. Então, a comunicação era muito mais... Ela contemplava muito mais veículos. E eu me lembro que o Mauro disse isso muito para nós.

Márcia Ferreira

29:43

O melhor veículo é a somatória de todos.

Flávio Prates

29:47

Que bela frase. Último. É exagero dizer que Mauro Cid foi o pai da publicidade matogrossense ou essa filha tem vários pais e várias mães?

Márcia Ferreira

30:01

Não, ele é o pai, ele é o tutor, entendeu? Acho que todo título que der ao Mauro como referência... Será pouco. Mauro foi a nossa referência, uma referência para todo o mercado publicitário, para todo o mercado anunciante, ele era respeitado pelos anunciantes. Se o cliente disse que tinha que ser no Jornal do Dia página dupla, era no Jornal do Dia página dupla. Então, Mauro era uma referência para anunciantes e para os profissionais.

Flávio Prates

30:33

Márcia, muito obrigado pela sua participação, pela sua participação no mercado, principalmente, por ter sido um desses pilares que hoje sustentam as declarações do mercado de publicidade, você tem tão bem contribuído para que isso hoje seja mercado com espaço, com espaço profissional, com empregabilidade e tudo mais, consolidado mesmo em Mato Grosso. Obrigado pela sua história, por essa contribuição e, principalmente, por ter sido participante nessa pesquisa de mestrado. Muito obrigado, mesmo, do fundo do coração.

Márcia Ferreira

31:15

Obrigada, Flávio. E vamos ver. Marca aí qualquer coisa, vamos nos encontrar, nos abraçar. E sucesso aí no seu trabalho, no seu mestrado, que a gente possa folhear isso logo.

Flávio Prates

31:28

Se Deus quiser. Muito obrigado, tá?

Márcia Ferreira

31:30

Beijo grande pra você!

Flávio Prates

31:32

Vou segurar aqui a gravação só pra gente se despedir aqui.

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM OSMAR SOARES

Flávio Prates

00:04

Ei, Osmar, boa tarde, tudo bem? Como você está?

Osmar Soares

00:12

Já entrou coisa aqui?

Flávio Prates

00:14

Não, mas está chegando o seu som. Fique tranquilo.

Osmar Soares

00:17

Beleza.

Flávio Prates

00:19

Então, Osmar, como a gente conversou um pouco antes, esse é o nosso encontro para a gente falar sobre a história da publicidade. Você como participante de projeto de pesquisa para mestrado na Universidade Fernando Pessoa, onde a gente vai tentar contar a história do período da publicidade aqui em Mato Grosso, seu convite como participante dessa história. Então, em princípio, eu queria que você fizesse uma breve apresentação sua, e lá na sequência eu já começo te fazendo algumas perguntas, onde você vai estar à vontade para responder da melhor maneira que quiser, e assim a gente vai. Então, fique à vontade para fazer uma apresentação sua.

Osmar Soares

01:08

Bom, meu nome é Osmar Soares, sou publicitário desde sempre, porque nasci numa família de pai jornalista e a primeira casa que moramos foi num conjunto habitacional construído pelo Sindicato de Jornalistas de São Paulo. Então, os meus vizinhos eram todos da área de comunicação, eu tinha como vizinho Darcy Cavalheiro, que era sonoplasta da TV Tupi, Canal 4 de São Paulo. O meu vizinho de frente era nada mais, nada menos que Alex Pericinotto. A Jaci, filha dele, que foi para o campo da medicina, era a minha contemporânea, tem mais ou menos a minha idade até hoje. Então eu nasci nesse ambiente de comunicação. E foi assim que eu levei a minha vida toda até chegar aqui em Mato Grosso.

Flávio Prates

02:31

Você chegou em Mato Grosso quando, Osmar?

Osmar Soares

02:37

1982. Vim por veículo de comunicação que não existe mais, assolapado pelo Google, chamado Listas Telefônicas Brasileiras.

Flávio Prates

02:51

Sim. 1982, o ano trágico que perdemos a Copa para a Itália.

Osmar Soares

02:54

Pois é. Tem mais isso né. Aliás, as grandes catástrofes do Brasil foram perder a Copa do Mundo para a Itália, tomando de 7 a 1 da Alemanha. Essas são as grandes tragédias brasileiras.

Flávio Prates

03:14

Osmar, começando aqui, vai numa progressão, então só para a gente se posicionar, você chegou a estudar publicidade de alguma forma, ou graduação superior, ou algum curso técnico de publicidade? Você tem alguma formação técnica? Ou você é o talento nato no exercício da profissão? Como você se coloca?

Osmar Soares

03:46

Na verdade, na minha época de faculdade, existiam três faculdades no Brasil. Engenharia, Medicina e Direito. Os jornalistas eram todos por vocação, inclusive Alex Pericinotto era jornalista, e também por vocação. Então, os cursos de publicidade que eu fiz foram todos dentro da lista telefônica que, para mim, na ocasião, era a maior empresa de vendas do Brasil. Tinha um corpo de vendas fantástico, foi a primeira vez que assisti a uma palestra sobre marketing. Eu me lembro até hoje do nome do palestrante, era o professor Luiz Machado. E era crânio. O cara era absurdo. Ele fez uma pergunta para auditório de mais de mil pessoas. A palestra era sobre planejamento. Que até hoje no Brasil é problema sério, a questão do planejamento. E eu uso essa máxima até hoje.

Osmar Soares

05:12

Ele perguntou para esse auditório se alguém sabia quando ia ser o Dia das Mães de 2096. Aí todo mundo ficou meio... Sem saber o que responder. E depois de cinco minutos ele falou, vai ser no segundo domingo de maio. Então, se você quiser planejar o dia das mães de 2096, será no segundo

domingo de maio. E não adianta fazer campanha da independência do Brasil dia 8 de setembro. Então, essas coisas... Dia 7 já tem que publicar. Pois é, então. E elas são problemáticas até hoje, porque acabei de receber briefing da agência de IPTU que vai vencer dia 10 para pagamento à vista.

E a campanha não está pronta até agora.

Osmar Soares

06:21

Quer dizer, vai botar a campanha no dia 9, e o prefeito vai levar uma saraivada de bordoadas, porque as pessoas vão ter dia um para correr e pagar a vista. Porque? Porque, há cinco anos atrás, todo mundo sabia que eu teria IPTU para pagar no começo do ano.

Flávio Prates

06:47

Osmar, nesse período que você chegou em Cuiabá, em 1982, ou logo depois, você chegou a trabalhar na MCA Propaganda?

Osmar Soares

06:58

Eu cheguei a trabalhar na MCA Propaganda. Eu cheguei em Mato Grosso com uma experiência muito larga na mídia impressa, porque revista telefônica É mídia impressa. Eu comecei na lista telefônica com 16 anos de idade. Então, no tempo que não era proibido menores de idade de trabalhar. Hoje não pode. Hoje é expressamente proibido. Então, eu tinha uma experiência fantástica com mídia impressa, mas não conhecia a mídia eletrônica. Porque? Porque em São Paulo a mídia eletrônica é só para grandes empresas, o pequeno comerciante não tem acesso à mídia

eletrônica, porque, quando digo mídia eletrônica, digo TV, rádio. Isso é muito caro para o pequeno comércio, só para grandes estruturas e grandes conglomerados que têm essa possibilidade. Então, sempre tenho a margem da mídia eletrônica.

Osmar Soares

08:21

Fui para o MCA, eu já tinha a Época Propaganda fundada, já tinha feito trabalho de mídia impressa na Época Propaganda, que foi o Guia Turístico de Mato Grosso. A primeira edição foi lançada em 1984.

Flávio Prates

08:41

Logo, dois anos após sua chegada aqui.

Osmar Soares

08:44

Exatamente. Aí, conclusão da história. Eu paralisei as atividades da Época Propaganda nesse período..

Flávio Prates

08:52

O que existe até hoje, né, Osmar?

Osmar Soares

08:55

A Época Propaganda existe até hoje, graças a Deus. Estamos aqui.

Flávio Prates

08:59

Com quantos anos a Época Propaganda já?

Osmar Soares

09:03

No dia 18 de maio, agora vai fazer 40 anos.

Flávio Prates

09:07

Que beleza.

Osmar Soares

09:09

40 anos. Paralisei as atividades da Época de Propaganda nesse período e fui me dedicar à MCA. Já entrei na MCA dizendo qual era o meu propósito.

Flávio Prates

09:26

E qual era?

Osmar Soares

09:27

O meu propósito era aprender a mídia eletrônica, conhecer mídia eletrônica, ver como é que se fazia. E foi uma escola fantástica.

Flávio Prates

09:42

E você disse isso, que eu vim aqui para aprender?

Osmar Soares

09:45

Exatamente isso, com todos os F's e L's.

Flávio Prates

09:49

Você falou isso para quem?

Osmar Soares

09:50

Falei para Mauro Cid Nunes da Cunha, o proprietário da maior agência de publicidade que Mato Grosso já teve até hoje.

Flávio Prates

10:03

E ele achou que tudo ok?

Osmar Soares

10:05

Ele falou que tudo bem, o Mauro é uma pessoa fantástica. Vários colaboradores da MCA Propaganda naquela época às vezes se envolviam com outro projeto, etc. Chegavam na sala do Mauro e conversaram com Mauro, eu preciso de dois meses de licença, porque eu tenho projeto assim, assim para fazer, e eu vou precisar desse prazo para... Beleza, você vai embora. Se precisar de mim, estou à disposição.

Flávio Prates

10:38

Sensacional.

Osmar Soares

10:39

o Mauro é uma pessoa maravilhosa.

Flávio Prates

10:44

Osmar, você lembra, consegue lembrar o período que você ficou no MCA? Então foi 84 que você falou, você lembra até quando, mais ou menos? Não precisa ser preciso, mas só para a gente pautar.

Osmar Soares

10:56

Eu fiquei dois anos no MCA, no máximo. De 84 a 86. Foi mais ou menos isso.

Flávio Prates

11:08

E qual era a sua função profissional, a sua carga na emissão de propaganda?

Osmar Soares

11:12

A minha função sempre foi atendimento. Até aqui, na época, a propaganda... Na verdade, eu só não conheço uma área na publicidade, que é... Eu não consigo ser diretor de arte, porque, até hoje, eu não consegui mexer no tal do Adobe e não tal do Corel. A princípio era Corel e hoje é adobe. Mas, assim, como nasci praticamente na mídia impressa, eu não sou fazedor, mas sou belo diretor e muito chato.

Flávio Prates

12:06

Exigente.

Osmar Soares

12:07

Exigente, chato e, assim, eu tenho duas coisas de bom que Deus me deu. Eu tenho uma noção de estética muito bacana e tenho ouvido afinadíssimo.

Flávio Prates

12:28

Você consegue descrever, mais ou menos lembrar, qual era a sua rotina de trabalho lá na MCA?

Osmar Soares

12:36

A minha rotina de trabalho basicamente era atendimento, visitar clientes, abrir possibilidades. A MCA trabalhava muitos eventos, a gente se envolvia muito nos eventos. Fizemos uma campanha que foi ícone e que até hoje tem recall, que é a tal do Cuiabá Muito Prazer. Fizemos... Fizemos não, quem fez foi Sá & Guarabira, um jingle maravilhoso que até hoje é música que identifica bastante a cidade. E o prefeito, na ocasião, era Anildo Lima Barros, A gente fez uma apresentação no Monte Líbano, que na época era o clube mais chique da cidade. Fizemos uma apresentação de agências de grande porte e de grandes centros. Essa campanha foi maravilhosa, foi um sucesso. E a gente ficou muito feliz com isso.

Flávio Prates

13:50

Então você buscava clientes, buscava negócios, comercializava eventos, enfim área comercial e de atendimento, aquele era o seu dia a dia ali no MCA.

Osmar Soares

14:00

Exatamente. E no MCA a gente tinha muita liberdade para entrar no departamento de arte e dar pitaco no diretor de arte. Pô, era uma família, a MCA era uma família. E profissionais fantásticos. Trabalhei com Márcia Ferreira. Márcia Ferreira é um ícone, não é? Márcia, Regina, Juvenal, todos eles profissionais de altíssima qualidade. Bill, acho que foi o primeiro produtor que Cuiabá teve, fez produção eletrônica.

Flávio Prates

14:49

Você já tinha trabalhado em agência de publicidade antes desse período na MCA? Você já tinha experiência em funções de agência de publicidade antes?

Osmar Soares

15:00

Absolutamente nenhum. Tudo o que sei, aprendi na MCA. Tudo o que sei, aprendi na MCA. Não só eu. Márcia parece que veio do jornalismo. O Juvenal também era autodidata, porque naquela ocasião, infelizmente, a gente não tinha uma Universidade Federal de Mato Grosso, criando publicitários fantásticos. Não temos o Unirondon, que agora virou UNIC, não tinha o UNIC, não tinha nada. Não tinha nada, absolutamente nada. E não tinha produtora de vídeo. Não tinha produtora de vídeo. A gente tinha que usar uma estrutura de televisão para produzir comerciais.

Flávio Prates

16:08

Osmar, você já me falou aqui agora um pouco, mas eu vou perguntar especificamente. Por onde você trabalhou antes desse período da MCA e nesse tipo de trabalho você já havia atuado, já que você não tinha atuado em agência? Falou da lista, mas enfim, só para...

Osmar Soares

16:25

Na verdade, eu sou uma pessoa muito tranquila, sabe? Eu trabalhei na lista telefônica desde sempre.

Flávio Prates

16:35

Por muitos anos.

Osmar Soares

16:36

Por muitos anos. Eu saí da lista telefônica brasileira e fui para a lista telefônica paulista, que fazia Mato Grosso. E aí surgiu uma oportunidade, eu vim parar aqui pela lista telefônica. Aí surgiu uma oportunidade, a lista telefônica paulista venceu a licitação para editar as listas telefônicas de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. Aí houve uma comoção na empresa, porque ganhar uma licitação é sempre festa. E fizeram uma reunião com todos os profissionais de vendas da empresa e perguntaram se alguém gostaria de vir para cá, porque tínhamos ganho uma licitação daqui de Mato Grosso do Sul. Aí eu fui o primeiro a levantar a mão. E aí perguntaram para mim, para onde você quer ir? Para Mato Grosso ou Mato Grosso do Sul? Eu falei, qual é o mais longe?

Flávio Prates

17:53

E bota longe nisso.

Osmar Soares

17:55

E bota longe disso, porque a primeira cidade que eu visitei foi Alta Floresta, que é quase no Pará, ocasião em que Avenida Leste e Avenida Oeste que são as duas principais avenidas de Alta Floresta, não tinham asfalto. E foi numa época de setembro, outubro, que a seca era enorme, e a gente afundava o pé na poeira. Vinha até o meio da canela, assim, a poeira, e andando pela avenida lá e visitando as empresas.

Flávio Prates

18:31

Osmar, pegando gancho disso, a próxima pergunta aqui é bem interessante, que é a seguinte. 1982 você veio, 1984 você começou, mais ou menos até 1986, isso já faz bastante tempo. Então a pergunta é a seguinte, como era trabalhar em uma agência de publicidade, de propaganda, em Mato Grosso, naquele período? Como que era essa epopeia? Você tem histórias? O que você poderia dizer desse tempo?

Osmar Soares

19:06

Um anúncio de jornal demorava, no mínimo, quatro, cinco dias para ser feito.

Flávio Prates

19:17

Era tudo no braço.

Osmar Soares

19:20

Anúncio de supermercado com oferta no jornal, nem pensar, porque não havia tempo hábil para fazer, porque, quando você terminava o anúncio, o produto já tinha acabado, o supermercado. Para você ter ideia, o material departamento de arte você não conseguiria comprar aqui em Goiabá. Então, a gente ia para São Paulo, papelaria Andreotti, e lá você comprava pincel com pelo de Marta, Ecoline, aerógrafos, Coisas que hoje, se você disser isso em uma sala de aula da UFMT, o cara vai pensar... O o que é que se trata? O que é que se trata dessas coisas? Nós tínhamos um ampliador, porque os títulos eram feitos com fotografia, fotografava-se a letra, para adaptar ao tamanho que você precisava para fazer um título de anúncio ou qualquer coisa parecida.

Flávio Prates

20:30

Então, tinha laboratório fotográfico dentro da agência.

Osmar Soares

20:32

Laboratório fotográfico dentro da agência. Pranchetas. Pranchetas, como de arquiteto, por exemplo. Uma régua paralela, etc e tal, aerógrafo para fazer os degradês. E, quando você estava terminando o degradê, geralmente dava pingou no meio da arte, aí rasgava-se tudo e começava-se do zero. Então, era uma loucura. Agência de propaganda, era coisa de maluco mesmo.

Flávio Prates

21:09

Era uma epopeia, então.

Osmar Soares

21:12

Era. Os textos eram composições fotográficas que se faziam na gráfica, Aí você chegava na gráfica com determinado texto. Tinha até menino da Policromos, que tinha o apelido de Fusquinha. Ele era o cara da fotocomposição. Aí você chegou lá e disse, Fusquinha, eu tenho esse texto aqui para fazer, agora eu não posso porque estou fazendo livro. Senta aí e espera.

Flávio Prates

21:42

Nossa!

Osmar Soares

21:45

Então, era o jeito. Era o jeito que se fazia. A produção foi feita na TV Centro-América, que foi a única que cedia a câmera para fazer etc e tal. Aí o Ronaldo Bastos não te dava cópia do comercial.

Flávio Prates

22:02

TV Centro-América filiada à Globo, né?

Osmar Soares

22:04

Filiada à Globo.

Flávio Prates

22:05

E o Ronaldo Bastos era o chefe, o diretor?

Osmar Soares

22:10

Capataz.

Flávio Prates

22:11

É assim mesmo?

Osmar Soares

22:13

Mais ou menos isso. E ele não entregava as cópias. Então, por exemplo, a Época Propaganda ficou sem história, dos primeiros comerciais que foram feitos, porque eles não cediam a cópia. E, quando eu fui atrás, eles já tinham detonado as fitas, já tinham perdido tudo.

Flávio Prates

22:36

Osmar, com tantas histórias, a pergunta agora é bem interessante. Você mais aprendeu ou mais ensinou nesse período de MCA Propaganda? Conta para a gente como foi.

Osmar Soares

22:50

Ali era uma troca bem bacana, porque eu tinha muito o que aprender, mas tinha um pouquinho para ensinar, porque a lista telefônica também foi grande aprendizado. Ela tinha... A maior gráfica da América do Sul, que era Artes Gráficas Gomes de Souza, no Rio de Janeiro. Nós chegamos editar a lista de Lisboa.

Flávio Prates

23:23

Ah, que legal!

Osmar Soares

23:26

Lista Telefônica de Lisboa. A Lista Telefônica de Lisboa foi feita pela LTB. Algumas edições, não sei quais agora, não me lembro. Lista de Buenos Aires. Era uma empresa fantástica.

Flávio Prates

23:44

Pode-se dizer até multinacional, então.

Osmar Soares

23:47

Sim, era uma multinacional.

Flávio Prates

23:49

O transnacional?

Osmar Soares

23:53

Era. A Artes Gráficas Gomes de Sousa era na Avenida Brasil. Era imenso, era negócio imenso. A quantidade de bobina de papel que ela armazenava era uma coisa maluca.

Flávio Prates

24:09

E essa expertise toda você trouxe para o MCA?

Osmar Soares

24:14

Com certeza. Eu trouxe aquilo que eu tinha de bom para entregar e recebi também tudo o que eu sei. Tudo o que eu sei.

Flávio Prates

24:31

Osmar, então, dentro disso, é correto afirmar que a MCA era uma espécie de escola de publicidade naquela época, entre 1979 e 1989, que foi o período que ela existia, já que naquele tempo não

havia uma faculdade de publicidade em Mato Grosso? Está correto essa afirmação? A MCA foi uma espécie de escola da publicidade em Mato Grosso?

Osmar Soares

24:55

Com certeza. Com certeza. A MCA, tinha até slogan que a gente criou, até depois que eu saí da MCA, permenceu, enquanto durou, que era o seguinte: MCA, quem não é, ou foi ou será. Porque os grandes publicitários, a maioria, né? A maioria, a grande maioria dos publicitários de sucesso de Mato Grosso passaram pela MCA. A MCA formou a Época Propaganda, a RKF, a DMD, a Gente, a... Quem mais? A Isa, que eu não sei o nome... Dois pontos. Dois pontos, isso. A Isa e... Nossa!!

Flávio Prates

25:57

Então a próxima pergunta tem a ver com isso. Você chegou a fundar uma agência ou empresa no ramo de comunicação depois da MCA? Quais caminhos profissionais você trilhou após sua saída da MCA? Fique à vontade para contar.

Osmar Soares

26:15

Foi o caminho da... Foi o caminho do... Do aprendizado forçado. Foi o caminho do aprendizado forçado. A gente usava muito, por exemplo, produtoras de Goiânia, chegamos a usar bastante, e com eles a gente aprendeu muito. Você mesmo teve a oportunidade de participar de alguns trabalhos que a gente fez com a Macro Vídeo, que tinha o Alexandre, que era baita de diretor, e que nos apoiou e nos ensinou muito. A gente acabou aprendendo. Nessa troca, a gente acaba aprendendo muito.

Flávio Prates

27:10

Então você foi um dos que, quando saiu da MCA, fundou uma agência, quei no caso...

Osmar Soares

27:15

É, na verdade, eu fundei até antes de estar na MCA. Porque eu fundei... Antes de quando eu cheguei no MCA, eu paralisei as atividades até eu me formar dentro da MCA, para depois continuar o meu trabalho.

Flávio Prates

27:44

Você trouxe esse conhecimento para a Época Propaganda?

Osmar Soares

27:48

Exatamente, porque a minha função... Quando eu fundei a Época Propaganda, eu imaginava única e exclusivamente trabalhar a mídia impressa, que era aquilo que eu tinha conhecimento, que eu sabia. Mas eu vi que eu senti necessidade de... Ampliar esse horizonte.

Flávio Prates

28:09

O mercado te mostrou... Sim, com certeza.

Osmar Soares

28:12

Eu vi a possibilidade. Porque? Porque naquela ocasião, tinham duas agências que dominavam o mercado. Eram as únicas duas, porque o João Pedro já tinha dito... Na verdade, tinham três agências, JPM, MCA e Z8. João Pedro... Sempre teve uma inclinação muito grande para se tornar veículo de comunicação. Então, ele já estava deixando a agência para se tornar veículo. Não, perdão, tinha mais uma que era de Goiânia, que estava aqui, era a Cannes. A Cannes também trabalhou muito no mercado, mas não dava atenção que o mercado precisava, porque os sócios estavam em Goiânia, e aqui tinha preposto só, e tinha braço aqui só. E eu senti que o mercado precisava de mais, que tinha espaço para uma outra agência. E aí fundei a Época a Propaganda porque senti que a gente ia dar certo.

Flávio Prates

29:30

O mercado estava te chamando, na verdade.

Osmar Soares

29:32

Com certeza, com certeza. E depois da Época veio a RKF, depois veio o DMD.

Flávio Prates

29:39

Essa é a minha pergunta aqui. Sabe citar algum ou alguma colega que fundou agência de publicidade ou empresa de comunicação depois de trabalhar na MCA Propaganda? Não só agência, de repente alguma fora da área.

Osmar Soares

29:54

Tem meia hora? Opá, bora! Tem uma renca, já acabei de citar, da MCA saiu a Época Propaganda, a DMD, a RKF.

Flávio Prates

30:10

E foram fundados por quem? Quem fundou o quê?

Osmar Soares

30:14

Regina Kaiser fundou a RKF, a DMD foi fundada por Dorileo e pela Márcia, DMD é D de Dorileo, M de Márcia e D de Dorileo, que era o José e o João.

Flávio Prates

30:30

Dorileo.

Osmar Soares

30:31

João Dorileo e José Dorileo, e a Márcia. A Isa, que fundou a Dois Pontos. A Isa também era atendimento, foi atendimento depois de mim. O que mais? o Sérgio Cardona Neri, que inclusive era casado com uma sobrinha de Blairo Maggi, também fundou uma agência lá em Rondonópolis, foi para Rondonópolis, fundou uma agência lá.

Flávio Prates

31:07

Remy, não é?

Osmar Soares

31:08

Remy Biancardini, Nossa Agência, que funcionava...A Época Propaganda funcionava num prédio, de um lado do corredor. E a Nossa Agência funcionava no outro lado do corredor. E, no fim da tarde, o Remy vinha lá para a agência, sentava lá para conversar e contar os "causos" da propaganda.

Flávio Prates

31:36

Bons colegas, bons concorrentes e bons vizinhos.

Osmar Soares

31:40

Bons vizinhos. E Remy foi um precursor da redação no Estado de Mato Grosso. Remy e Copriva. Foram, acho que, os dois primeiros redatores de agência de propaganda.

Flávio Prates

31:56

O Copriva trabalhou no MCA, mas, por qualquer motivo, não aparece no anúncio lá. Alguém deve ter esquecido.

Osmar Soares

32:03

Por esquecimento, com certeza. Porque lembrar de todo o mundo que trabalhou no MCA é difícil.

Flávio Prates

32:13

Osmar, olha só, com base nisso, É exagero afirmar que a MCA pode ter sido, naquele tempo, tipo de uma incubadora de agências de publicidade ou de empresas de comunicação? Como você mencionou, aquela liberdade, aquela troca e tal, as pessoas saíram se sentindo preparadas e criaram. Você acha que é exagero dizer que era uma incubadora de agências?

Osmar Soares

32:41

Claro que não. A MCA foi tudo isso mesmo. Foi tudo isso e mais um pouco. Primeiro, acho que sou grato, até o fim da minha vida, por ter trabalhado na MCA, por ter conhecido o Mauro. O Mauro é uma inteligência rara, cara fenomenal, uma pessoa humana incrível. A Regina é adorável, uma pessoa também maravilhosa. Aliás, eu não chamo ela de Regina, eu chamo ela de Maravilhosa. E aí, Maravilhosa? Bom, a Márcia, até hoje, eu atendo o Abrigo Bom Jesus, de Cuiabá, e ela é a presidente do Abrigo Bom Jesus. Fizemos uma campanha juntos fantástica, que foi convencer os chefs de cozinha a irem uma vez por mês ao Abrigo e fazerem almoço de chef para os idosos do Abrigo.

Flávio Prates

33:55

Olha, eu a partir de junho já sou idoso, faz favor de me convidar.

Osmar Soares

34:01

Então, eu também estou ajudando o abrigo com segundas intenções.

Flávio Prates

34:09

Osmar, na sua opinião, qual foi a contribuição de Mauro Cid ao mercado publicitário de Mato Grosso?

Osmar Soares

34:16

Olha, a contribuição do Mauro é aquela que eu quero, que estou tentando deixar também. O que é exatamente isso. Hoje, na Época Propaganda, eu tenho duas pessoas aqui, uma quartanista do curso de publicidade da nossa querida Federal, está aqui, veio do zero, porque ela tem bastante informações técnicas, etc e tal, mas eu tô fazendo ela botar a mão na massa, que eu acho que isso ajuda muito. Então ela está participando de uma campanha de IPTU junto com a gente. Aliás, tudo que entra aqui eu faço questão que ela participe, que ela veja, que ela faça.

Flávio Prates

35:11

Ajudar na formação de pessoas.

Osmar Soares

35:16

E eu já tive gente aqui, que chegou da UFMT. Bom Dia. O que você quer fazer? eu quero produtora, Ah sim, que bom. Toma aqui, as fitas estão aqui, o carro da produção está aí fora, aqui está o roteiro, vai lá e faz. Mas como? Vai lá, você não quer ser produtora, então vá produzir". Aí, quando chegavam, evidentemente, o material não era aquela coisa, mas isso aqui está ruim demais. Ahhh chorava. Para de chorar, que vai molhar a fita, vai estragar a fita.

Flávio Prates

36:03

Porque essa é exatamente a pergunta que eu iria te falar. E a sua própria contribuição, qual foi? Podemos contar sua trajetória.

Osmar Soares

36:09

Eu me espelho muito na MCA. Aliás, eu me espelho em duas agências. Uma que é a MCA, que é formadora, que é parceira, que é louca por evento. Mauro fez um robô uma vez, há mil anos atrás. Fazia robô que falava na praça. Coisa maluca, há uns cento e quantos mil anos atrás. E... Todo mundo que está no mercado passou pela MCA. O que mais a gente pode dizer? Eu acho que por aí eu tento imitar um pouquinho a MCA, que é formando gente e tal. As melhores mídias do mercado, hoje, passaram pela Época Propaganda. Então, isso também eu copiei do Mauro. E a... Assertividade do Geraldo, que é outro cara que a gente também tem que tirar o chapéu, porque, cara, a Z8 foi foi uma baita agência.

Osmar Soares

37:22

E, além disso, ele foi, na minha opinião, o melhor secretário de comunicação que o Mato Grosso já teve. Se bem que o Mauro também já foi, mas o Mauro era ideia, etc. O Geraldo era organização. Ele dividiu as secretarias do Estado por agências. Conclusão da história. As agências ficaram PHDs em... A Época Propaganda, por exemplo, atendia a SEPLAN, Secretaria de Saúde, Secretaria de Segurança Pública, e turismo. Cara, eu sabia como ninguém essas quatro coisas. Então, nessa questão da organização e das ideias, porque o Geraldo também fez coisas magníficas, brilhantes. As campanhas do Goiabeira Shopping, quando foi inaugurado, também foram incríveis.

Flávio Prates

38:33

Na sua opinião, quais foram os principais nomes da publicidade que ajudaram na consolidação do negócio de propaganda, o negócio de publicidade em Mato Grosso.

Osmar Soares

38:51

Eu vou ser repetitivo.

Flávio Prates

38:53

Não, mas a pergunta acaba sendo um pouco, né?

Osmar Soares

38:56

Eu vou ser repetitivo. Para mim, Mauro Cid, João Pedro Marques, João Pedro Marques. Geraldo...

Flávio Prates

39:10

Geraldo Gonçalves, da Z8.

Osmar Soares

39:11

Geraldo Luiz Gonçalves, da Z8. Eugênio de Carvalho, o primeiro corretor de publicidade que Mato Grosso já teve.

Flávio Prates

39:27

Esse já vem ainda antes.

Osmar Soares

39:30

Roberto Francesco, da Contato. Quem mais? Eu vou citar um cidadão polêmico mas... Júlio José de Campos.

Flávio Prates

39:50

É mesmo? Porque?

Osmar Soares

39:52

Por dois motivos. Primeiro, porque ele foi o criador da primeira SECOM do estado de Mato Grosso.

Flávio Prates

39:59

Eu vou me explicar, né? Júlio José de Campos foi governador de Mato Grosso na década de 80, não é?

Osmar Soares

40:08

Isso. E outra, dono da TBO.

Flávio Prates

40:15

TV Brasil Oeste.

Osmar Soares

40:17

TV Brasil Oeste, que instituiu o primeiro prêmio de publicidade do Estado do Mato Grosso. A Época Propaganda ficou em segundo lugar. O Geraldo foi o primeiro, da Z8.

Flávio Prates

40:33

Beleza. Então, a pergunta é assim, é possível afirmar que a geração de publicitários que atuaram na MCA Propaganda, naquele período, né, seu, 82 e tal, papapá, e que foram citados naquele anúncio dos 10 anos que você conhece, foram os principais responsáveis pela consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso? Essa informação é exagerada?

Osmar Soares

41:09

Nem um pouco, nem um pouco. Só acho que, por excesso de valores, alguns foram esquecidos no anúncio. Infelizmente, o Copriva é um cara que foi esquecido. E ele é um cara que tem um valor incrível. Ele tem um texto que é um escândalo. Um cara brilhante. Ele, o Ferlin, Valmir, O Valmir foi um diretor de arte também fora da casa, em cima da casinha, vamos dizer assim. Valmir. Sartori, que foi diretor de arte que trabalhou tempo com o Geraldo. Como é que é o nome do... Edvaldo, que trabalhou com o Geraldo também, um cara muito bom. Amauri, que foi diretor de arte lá da MCA Propaganda. Show de bola, cara. Muito bom. Eu acho que...

Flávio Prates

42:27

Osmar. Há algo de mais relevante, algum fato importante que você gostaria de mencionar sobre esse tempo da história do mercado da publicidade em particular e sobre a consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso que você talvez não tenha dito, que seja relevante, que de repente eu mesmo posso ter esquecido aqui, ou até sobre a sua própria história, sobre a sua trajetória, que você quer dizer? Contar?

Osmar Soares

42:59

Eu acho que falar sobre a gente é meio piegas.

Flávio Prates

43:06

Fica a sua vontade, é a história.

Osmar Soares

43:09

Você conta de você e dos colegas. Da Época Propaganda, eu gosto de citar as pessoas que passaram por aqui. Na verdade, aquela história, né? Eu, publicidade, não existe. Eu, publicidade não existe. Então, eu gostaria de citar as pessoas que passaram por aqui e que deram uma contribuição enorme para que essa agência pudesse durar os 40 anos que está durando. Então, tem que citar Liliane Coelho, que foi sua aluna e que passou por aqui pela Época Propaganda e deixou coisas brilhantes aqui. Rosânia Soares, que também foi sua aluna da UFMT, e que hoje é professora numa universidade em Brasília. Evandro Léo Coberstein, foi um diretor de criação fantástico que esteve por aqui. Mário Bilego também foi seu amigo lá. Hoje tem uma agência em Sinop, super bem sucedido também. Então, é o exemplo que eu tive lá do Mauro.

Flávio Prates

44:51

Eu tenho ouvido, e queria ouvir de você o seguinte, também usei esse termo, é exagero dizer que o Mauro Cid foi o pai da publicidade matogrossense? Ou essa filha tem vários pais e várias mães?

Osmar Soares

45:07

Eu acho que tem alguns padrinhos, mas eu acho que dizer que o Mauro foi o pai, eu considero! O meu pai da propaganda. Eu considero. Eu considero que se... Muito provavelmente, se eu não tivesse passado pela MCA, eu não sei se eu seria o publicitário que eu sou hoje, ou se a Época Propaganda seria a agência que é hoje, eu não sei. Então, eu acho que assim foi isso... MCA. Quem não é, ou foi ou será.

Flávio Prates

45:49

Osmar, eu queria agradecer muito a sua participação e queria dizer o seguinte, se por acaso o Mauro Cid é o pai da publicidade, talvez a MCA seja a mãe, o Osmar Soares e a Época Propaganda com certeza são os irmãos mais adoráveis da publicidade de Mato Grosso.

Osmar Soares

46:16

Obrigado.

Flávio Prates

46:16

Receba esse meu carinho, essa minha gratidão. Muito obrigado.

Osmar Soares

46:19

Muito obrigado. Eu acho que, assim.

Osmar Soares

46:25

A gente não Pode estar aqui por acaso.Tem que deixar alguma coisa. Então, a minha briga é sempre essa, em favor do mercado, em favor da... Da consolidação das agências de propaganda no mercado. Enfim, é tornar esse mercado aqui cada vez melhor.

Flávio Prates

46:53

Espero que a gente esteja aqui para comemorar a propaganda dos 80 anos da Época Propaganda.Obrigado por você e pela sua "época", Osmar.

Osmar Soares

47:05

Imagine, eu que agradeço e estamos sempre de portas escancaradas.

Flávio Prates

47:11

Eu vou terminar, eu vou parar a gravação aqui e a gente continua o papo.

Osmar Soares

47:15

Valeu, grande abraço.

Flávio Prates

47:17

Eu que agradeço muitíssimo. Obrigado.

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM PAULO LAURENTINO

Flávio Prates

00:05

Acho que você já está gravando. Paulo, tudo bem? Tudo bem, Flávio?

Paulo Laurentino

00:13

Tudo bem, Slavo? Bom demais você ver. Saudade de lembrar dos nossos velhos tempos de comunicação. É um prazer inenarrável estar aqui com você.

Flávio Prates

00:26

Muito pra mim também, muito grande. Paulo, então, só para iniciar aqui, Esse nosso encontro é para que eu faça uma entrevista com você como participante de uma pesquisa de mestrado, cujo tema é a consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso, uma história contada, porque afinal vocês é que vão contar essa história, o caso MCA Propaganda, a escola antes da escola, período 1979 e 1989, que é o período que ali trabalhou a MCA e que a gente vai pautar esse nosso estudo, né? Então, venho aqui com uma relação de perguntas para você fazer, quero te deixar bem à vontade para responder livremente, e começaria pedindo para você fazer uma breve identificação sua, não longa, porque ao longo aqui das perguntas vai surgir muita oportunidade de você falar muito a respeito da sua história também. Perfeito.

Paulo Laurentino

01:47

Perfeito. Sou Paulo Laurentino, atualmente com 63 anos, artista plástico que, desde muito cedo, percebeu que não teria, dadas as situações culturais da época, não teria, assim, as artes não me

dariam tudo aquilo que eu precisava, que eu almejava. Então, eu comecei uma experimentação com vários outros pincéis, caricatura, pincéis e linguagens. Por isso que hoje eu me identifico como homem de comunicação visual. Separando bem essas duas coisas, o que é comunicação, que inclui aí pacote de estudo sobre a comunicação textual, roteiro, e aqui do outro lado, um visual, que inclui a parte que fez também bastante, escultura. Enfim, na verdade, hoje eu me considerei pesquisador em artes externas à comunicação visual. Eu utilizo todo o formato de tinta, Ecolínea, etc. Eu utilizo todo o formato de tinta, ecolínea, etc.

Paulo Laurentino

03:15

Chegou momento em que, percebendo isso, eu fui para outros pincéis, inclusive vídeo, comunicação. Paulo!

Flávio Prates

03:42

Uau! Até por curiosidade, desde quando você se vê como artista plástico? Desde quando você descobriu que tinha esse talento? Mais recentemente, Flávio.

Paulo Laurentino

04:03

Mais recentemente, Flávio. Mais recentemente, eu digo uma coisa de seis anos atrás. 2011, bem antes, uns 10 anos atrás, 12, eu fiz curso de cinema em São Paulo. E aí isso me despertou para uma lembrança que é muito forte e que me causa muito orgulho. Eu era muito criança, devia ter uns 10, 11 anos, 12 anos no máximo, e a gente pegava caixinhas de sapato recortava quadradinho numa das laterais, colocava uma lanterna dentro, eu desenheava no plastiquinho hominhos e os passando na frente, fazendo cinema para criança. Eu não sabia nem o que era cinema, mas isso, quando me descobri, é o gosto pelas artes que eu já vinha esperando desde o berço, porque nós

falamos pela TV Alenha e estamos no digital. E profissionalmente, Paulo, os primeiros trabalhos que resultaram em alguns salários, você consegue se lembrar?

Flávio Prates

05:20

Eu fui contratado, não vou lembrar, mas faz muito tempo, acho que lá para 1979, fui contratado pela revista Contato, é muito antigo, para fazer caricaturas.

Paulo Laurentino

05:29

Eu fui contratado, não vou lembrar, mas faz muito tempo, acho que lá para 1979, fui contratado pela revista Contato, é muito antigo, para fazer caricaturas. Isso foi o meu remunerado. Paralelo às caricaturas, eu preciso fazer alguns textos para conceituar melhor aquela ideia da caricatura. E isso me levou, como a empresa tinha também uma rádio, que era a Rádio Vila-Real, eu fui para a Rádio Vila-Real, no topo do Palácio do Comércio, escrever comerciais. Mas aí eu ia produzir os comerciais, eu não tinha nada do que eu queria, do que eu havia imaginado para a produção. Então, eu preciso quebrar, voltar às cavernas da rádio, quebrar vidro para fazer efeito, amassar papel celofane. Então, isso me foi laboratório. Hoje, na internet, você tem N efeitos, mas na época não temos. Hoje, na internet, você tem N efeitos, mas na época não temos.

Paulo Laurentino

06:45

Bom, e dali a coisa disparou para todas essas outras áreas, vindo depois da... Sim.

Flávio Prates

06:58

Sem querer te interromper, você chegou a estudar publicidade de alguma forma? Flávio, uma coisa que me atrai mais profissionalmente, artisticamente também, é a arte e os estudos.

Paulo Laurentino

07:37

Flávio, uma coisa que me atrai mais profissionalmente, artisticamente também, é a arte e os estudos. Então eu fiz Instituto Universal Brasileiro, era arte e publicidade. Comunicação visual. Nem lembro do curso, me desculpe, mas foi Instituto Universitário Brasil.

Flávio Prates

08:04

Era.

Paulo Laurentino

08:08

Era. Eu vou lembrar o nome ao longo do nosso bate-papo. Enfim, foi quando eu comecei a olhar para a comunicação. E, depois disso, N outros pequenos cursos, muitos cursos, tanto que acabei de comprar material em São Paulo e fiz curso de inteligência artificial, que já utilizei para finalizar o meu livro naquele momento. Então, estudo sempre, Instituto Universal Brasileiro, fiz curso de artes plásticas na Amíbia e Galiartes, na verdade, curso de pintura. Então, todo pacote de cursos paralelos, não profissionalizantes... Técnicos, né? Técnicos. E cheguei a fazer comunicação e marketing na UNIC, mas fiquei inacabado, eu não finalizei. Mas, assim, quanto a estudar as ferramentas e os processos de arte, o tempo todo, tanto que no cinema eu me apaixonei pelo roteiro, e eu gosto muito mais atualmente das ferramentas digitais.

Flávio Prates

09:21

Foi dos maiores prazeres das principais escolas pelas quais eu passei.

Paulo Laurentino

09:27

Foi dos maiores prazeres das principais escolas pelas quais eu passei. A minha primeira campanha política foi feita dentro do MCA, foi para Frederico Campos, para prefeito de Cuiabá, isso em 88. Ele foi vencedor. Conhecido monte de gente, o conceito de agência de propaganda que eu não possuía, desenvolvi, tomei contato dentro da NCA, Malu Cid, mestre. Você, Fábio, acho que foi uma das melhores duplas de criação com quem já interagi. Puxa vida, uma dupla é diretora de arte e redatora, Excelente redatora era você, é você, que foi meu parceiro nessa época. O Ney esteve por lá também. Quem mais? Luciano, Cassiano, você se lembra de Cassiano? Muita gente. Meu irmão, João Valentino, também passou pela MCA. E, enfim, fantástica a passagem pelo MCA, inesquecível.

Flávio Prates

10:46

Você se gravou qual foi o período, qual foi o ano em que você trabalhou lá? Você publicou alguma coisa de 1988, mas você lembra daquele período, de quando a quando?

Paulo Laurentino

10:58

1988 é a minha referência por conta da campanha, que foi a peça que mais me marcou. Eu acredito que foram dois anos lá, então deve ter sido 1988 ou 1989. É só para a gente balizar mais ou menos esse período.

Flávio Prates

11:24

É só para a gente balizar mais ou menos esse período. Até em função da minha prática já de mercado com as caricaturas na revista Contato, fui para MCA como diretor de arte.

Paulo Laurentino

11:38

Até em função da minha prática já de mercado com as caricaturas na revista Contato, fui iniciado como diretor de arte. Você pode descrever o que era mais ou menos a sua rotina de trabalho lá na agência, o seu dia a dia, a sua metodologia?

Flávio Prates

11:55

Você pode descrever o que era mais ou menos a sua rotina de trabalho lá na agência, o seu dia a dia, a sua metodologia? Sim, desculpe.

Paulo Laurentino

12:08

Sim, desculpe. Uma reunião com o Mauro, na equipe de criação, que eles nos apresentaram briefing. Esse briefing foi entregue a uma das duplas. Uma dessas duplas éramos nós.

Flávio Prates

12:32

De reuniões, debateríamos roteiro, texto e visual.

Paulo Laurentino

12:32

De reuniões, debateríamos roteiro, texto e visual. Às vezes o cliente já tinha alguma coisa em mente, ou o Mauro já estava sentindo o caminho que deveríamos seguir. Às vezes nós mesmos desenvolvemos esse caminho, essa estratégia de comunicação, e por mais que fosse anunciado, ele contém em si todo pacote de conceitos de comunicação. Então, nessa reunião de criação, criamos a peça e partimos para a operacional. O redator me traz texto, a parte textual, porque eu falo muito do formato ainda de anúncio, porque era o pouco que tínhamos, nós não temos... Ou rádio, nós não temos ainda a cultura da coisa televisiva. A partir daí que começou a se implementar. Esse layout, rascunhão, ragh, Uma vez aprovado por Mauro Cid, é sempre apresentado pela dupla, né?

Paulo Laurentino

13:33

Esse layout, rascunhão, raf, Uma vez aprovado pelo Mauro Cid, é sempre apresentado pela dupla, né? A dupla apresentada, o Mauro Cid aprovava, tá bom, isso e caminho, pode partir. Aí nós partimos, então, pra arte final. E aí, no caso de metodologia, a coisa fica um pouco mais longa pra que passar, porque temos uma dificuldade de equipamentos, fazemos revelação em equipamento de fotografia, ou usando letra 7 para compor a arte final, decadrai em papel vegetal. Tinha estúdio de fotografia na agência?

Flávio Prates

14:12

Tinha estúdio de fotografia na agência.

Paulo Laurentino

14:15

De estúdio de fotografia na agência. Em relação... Fotografava-se o papel vegetal traçado e recortava-se o papel fotográfico com essa fotografia ampliada, maior, menor, menor, e aplicava-se isso num papel carne, com papel vegetal por cima, para ficar uma capa, a moda da apresentação.

Levávamos isso até o cliente colado com cola de sapateiro. Aquele cheiro que ficou em toda a agência.

Flávio Prates

14:57

Cheiro departamento de arte, não é?

Paulo Laurentino

14:59

Do departamento de arte. Usávamos caneta Nankin ainda, decadrai letra 7, já falei. E o que mais? Você também pode ajudar a lembrar, porque era muita coisa.

Flávio Prates

15:14

É fantástico a gente lembrar. Paulo, você já havia trabalhado em agência de publicidade antes desse período na MCA? Não, o meu conhecimento a respeito de agência era apenas aquilo que eu via pela mídia, pela pouca, quase que inexistente mídia a respeito do que seria uma agência.

Paulo Laurentino

15:28

Não, o meu conhecimento a respeito de agência era apenas aquilo que eu via pela mídia, pela pouca, quase que inexistente mídia a respeito do que seria uma agência. Mas já tinha o conceito, porque já estava me inserindo no contexto, então já tinha esse conceito. Então foi sua primeira experiência de agência foi por lá?

Flávio Prates

16:08

Minha primeira experiência, perfeita.

Paulo Laurentino

16:12

Você já contou um pouquinho, mas chegou a pergunta aqui.

Flávio Prates

16:14

Você já contou um pouquinho, mas chegou a pergunta aqui. Por onde você trabalhou antes desse período no MCA? Não, como trabalho, não.

Paulo Laurentino

16:28

Não, como trabalho, não. Eram outras coisas. Eu era bastante jovem, acho que eu deveria ter aí uns 25 anos. Era bastante jovem, pelos padrões, pelo menos, da época. Foi o meu primeiro trabalho. Foi no Palácio do Comércio, fazendo as caricaturas. Aliás, era no Santa Rosa a revista contar. No Palácio do Comércio foi quando já fui para a Rádio. Então, caricaturas, Rádio. A Rádio foi uma experiência maravilhosa, uma experiência fantástica. E daí eu saí dali e já fui para a NCA. Na verdade, o que motivou a minha saída foi convite para a NCA. Paulo. Você já falou um pouco, mas vou te pedir essa ênfase.

Flávio Prates

17:16

Você falou já um pouco, mas vou te pedir essa ênfase. Como que era trabalhar em uma agência de propaganda em Mato Grosso, quer dizer, com aquela distância dos grandes centros? Naquele período, década de 80, 88, 89, Estado tão distante dos grandes centros, isso deveria ser,

provavelmente, parece uma epopeia. Como que era esse trabalho? Para mim, foi uma verdadeira universidade, Flávio.

Paulo Laurentino

17:47

Para mim, foi uma verdadeira universidade, Flávio. Eu estava chegando na comunicação via agência. Eu não sabia o que era uma agência, eu não sabia a rotina de uma agência, daí eu aprendi. É óbvio que eu já vinha com... Pequeno sentimento, até intuitivo, de comunicação. Porque eu acredito que se aprende a metodologia, mas a intuição de como se comunicar, pelo menos eu me sinto meio que intuitivo nesse sentido. E lá eu ganhei a parte técnica de como ordenar essa intuição. Então, portanto, foi uma academia. Tanto que depois de sair de lá eu não trabalhei mais em uma outra agência, Prestei freelancer para grandes agências, quase todas as agências em Mato Grosso, mas trabalhar... não, trabalhei, sim, período com Época Propaganda, Osmar, mas já um pouco mais lá na frente, e na maioria dos casos foram os mesmos freelancers. E como foi?

Paulo Laurentino

19:02

E dali é que eu saí para a vida com esse conceito esse fluxograma, esse percurso que produto leva do briefing à publicação. E dali é que eu saí para a vida com esse conceito esse fluxograma, esse percurso que produto leva do briefing à publicação. Paulo, inegavelmente, você é um grande talento.

Flávio Prates

19:18

Paulo, inegavelmente, você é um grande talento. Mas a pergunta que eu faço é, você mais aprendeu ou mais ensinado nesse período de propaganda do MCA? Veja bem, o ensinar Eu acho que eu mais aprendi, porque, primeiro, nós éramos uma equipe bastante enxuta.

Paulo Laurentino

19:34

Veja bem, o ensinar Eu acho que eu mais aprendi, porque, primeiro, nós éramos uma equipe bastante enxuta. Éramos eu como diretor, isso na arte, eu como diretor de arte, depois veio o meu irmão como design também, como auxiliar de arte na época. Tio, me lembro, pelo menos mais uns dois outros auxiliares de arte, mas, assim, eu acredito que aprendi muito mais do que ensinei. É óbvio que eventualmente alguém desse grupo coletou partes de informações que eu transmiti, mas não foi nem a pretensão no momento, eu fiquei empolgado em açúcar conhecimento daquele processo.

Flávio Prates

20:23

Volto a afirmar, para mim foi uma faculdade fantástica, porque mão na massa, e tendo que entregar produtos de qualidade, e sem possuir aquela formação acadêmica específica.

Paulo Laurentino

20:50

Volto a afirmar, para mim foi uma faculdade fantástica, porque mão na massa, e tendo que entregar produtos de qualidade, e sem possuir aquela formação acadêmica específica. Então, foi sim fantástico. A MCA, sim, é uma faculdade, eu sou testemunha vivo disso, e creio que, tanto que ela formou a maioria das agências de propaganda, grandes amigos que temos no mercado hoje, proprietários de grandes agências, passaram pela MCA. Eu creio que reside aí o maior testemunho desse fato de que realmente o MCA foi uma primeira faculdade e muito competente, porque veja bem, numa época em que os recursos eram escassos, as ferramentas eram escassas, nós tínhamos que trabalhar com quase que artesanal, já estou falando disso. Então, a partir dali... Hoje você tem Photoshop para isso, Photoshop para aquilo, mas naquela época não existia. Era sem braço.

Paulo Laurentino

21:59

Era no braço e nós tínhamos que desempenhar papel preponderante para entregar peças com qualidade. E mais do que isso, com resultados para o público. O Mauro falava muito. Resultado para o cliente. O cliente tem que sair satisfeito dessa peça, caso contrário a peça não trouxe o resultado adequado. E nós aprendemos isso na MCA. Eu aprendi isso no MCA.

Flávio Prates

22:27

Paulo, você chegou a fundar alguma agência, ou se não agência, algum tipo de empresa no ramo de comunicação ou de marketing relacionado a isso, depois que você passou pela MCA? Quais caminhos profissionais você seguirá após esse período de MCA?

Paulo Laurentino

22:52

Perfeito. Após a MCA, fui chamado pela TV Centro-América.

Flávio Prates

22:59

Uma filiada Globo aqui de Cuiabá.

Paulo Laurentino

23:02

Perfeito. E para uma outra área que também foi uma inovação para mim, porque eu saía, vinha da arte visual, desenho, caricatura, depois rádio, a seguir uma agência de propaganda, depois eu vou para uma televisão aprender a linguagem televisiva, a comunicação do vídeo. Eu não sabia nada do vídeo. Tanto que houve momento em que eu fui fazer vídeo e o cinegrafista... Eu pedi, olha,

você começa aqui, vem pra cá. Eu não sabia dirigir. Ele me disse, olha, não dá pra fazer isso. Então, em função disso, eu tive que aprender a usar a câmera. Então, eu vou sempre pegando uma coisa e vou puxando outra.

Paulo Laurentino

23:48

Foram dois anos da Centro América, eu passei acho que uma mídia de ano no mercado fazendo freelancers para empresas de produção de vídeos publicitários, vídeos comerciais, para a própria Centro América ou para outras televisões, aí já por demanda de clientes que eram parceiros. Foram dois anos da Centro América, eu passei acho que uma mídia de ano no mercado fazendo freelancers para empresas de produção de vídeos publicitários, vídeos comerciais, para a própria Centro América ou para outras televisões, aí já por demanda de clientes que eram parceiros. Em função disso, resolvi empreender numa agência de comunicação, publicidade, propaganda e publicidade, palco, publicidade e propaganda e assessorias, que não foi longe, porque logo fui contratado pela TV Cidade Verde, ficou em stand-by, a palco enquanto agência.

Flávio Prates

24:41

SBT, ainda na época em que ela era na Avenida Mato Grosso, E todo esse período em que eu estive, só para continuar, a partir da TV Cidade Verde SBT, a própria TV comprou equipamento novo lá e precisei de alguém para operar esse equipamento .

Paulo Laurentino

24:44

SBT, ainda na época em que ela era na Avenida Mato Grosso, E todo esse período em que eu estive, só para continuar, a partir da TV Cidade Verde SBT, a própria TV comprou equipamento novo lá e precisei de alguém para operar esse equipamento . E nós temos acabamento de fazer efeito, vídeo comercial no SBT, todo cheio de efeito especial. Eu peguei prato de toca-discos,

coloquei uma bola de isopor, pintei ela como se fosse o planeta, papel de fundo, papel preto de cármico, como BG, como ciclorama improvisado. Enfim, fizemos lá uma coisa. Uma traquitana que deu efeito, o planeta vinha, aparecia na mão da mulher, uma coisa assim. Eu lembro que nosso amigo Cascão, na câmera suave pra poder enquadrar aquela bola na mão da moça, mas conseguimos um bom resultado.

Paulo Laurentino

25:45

Em função disso, alguém que veio de Campo Grande para nos treinar para contar falou, olha, quem faz uma peça desse sem computador tem tudo a ver computador, é você. E me mandaram fazer um curso de informática em DOS. Eu fui fazer esse curso, não lembro o nome da empresa, fiz curso em DOS e fui para Campo Grande operar o Topaz, programa da Crystal Graphics que era 3D, e aí foi quando eu aprendi a modelagem tridimensional. Veja bem, com isso retornamos para cá, e foi fundado pela TV Cidade Verde, uma produtora chamada Videocidade. Bom, diga-se de passagem, todo esse período, onde eu estive, eu sempre estive fazendo freelancers em todo o mercado, já nas agências, já em outras televisões, enfim. Videocidade. Que mais tarde foi comprada pelo marqueteiro Paulo Leite e se tornou o Canal 1.

Paulo Laurentino

26:59

Bem lá na frente, nessa mesma, Canal 1, foi quando eu fiz a campanha, por exemplo, a campanha Pedra 90. Com isso, eu me tornei, então, pioneiro da computação gráfica em Mato Grosso.

Flávio Prates

27:10

Campanha Pedra 90, a campanha para governador de Jaime Campos.

Paulo Laurentino

27:14

Do Jaime Campos. Isso, o convite já do Paulo Leite foi.

Flávio Prates

27:20

Que foi eleito, inclusive, né?

Paulo Laurentino

27:22

Inclusive. Logo depois da Videocidade, surgiu a TV Gazeta, estava para ser inaugurada a TV Gazeta. Então fui convidado para compor o staff da TV Gazeta, fazendo computação gráfica. No primeiro momento da TV, estava na primeira turma, o que também me honra muito.

Flávio Prates

27:45

E hoje retransmite a Record, não é?

Paulo Laurentino

27:51

É Record. Mas, veja bem, aquela rádio Vila Real, de comunicações onde eu trabalhei por primeiro, também foi adquirida pela Gazeta, que hoje é a Rádio Gazeta FM. Bom, a partir daí... Deixa eu lembrar para onde é que foi a partir daí. Gazeta, durante bastante tempo, e aí, Flávio, confesso que não me lembro mais, porque aí... Eu acredito até que desde então eu passei a ficar freela no mercado, Tanto que hoje, Flávio, eu não tenho a pretensão de estar num local como funcionário. Só os freelancers me mantêm. É muita demanda, é muito trabalho, ainda mais agora com a inteligência artificial. Aí, mais recentemente, eu fiz o curso lá em São Paulo de cinema. Realizei

um sonho. E, a partir daí, eu comecei a escrever um roteiro. Meu personagem é indígena, só que percebi que não teria, talvez, naquele momento, muita chance de produzi-lo como cinema.

Paulo Laurentino

29:03

Então, fiz uma adaptação desse roteiro de cinema para a HQ, uma novela gráfica. E passei, desde 2011, a desenhar essa novela gráfica no paralelo com as minhas atividades comerciais normais. E venho desenhando desde então. Então, 70% desse material Agora, recentemente, foi aprovado como projeto de lei de incentivo à cultura em Mato Grosso. Então, vou para São Paulo para comprar material. Comprei o Ecoline, aí sim não, mas aquela caneta Nankin, lá da MCA, essas moderníssimas de hoje. Foi um gasto relativamente grande com materiais de pintura, que está tudo aqui no meu arquivo, parado. Porque, em paralelo, lá em São Paulo, eu fiz o curso de inteligência artificial. Cheguei aqui e resolvi experimentar o Mid-Journey. E aí, com o Mid-Journey, alimentei o Mid-Journey com todos esses desenhos do passado.

Paulo Laurentino

30:09

E, inclusive, hoje, ao pedir, ao solicitar uma imagem, prompt do Mid-Journey, eu já coloco o estilo Paulo Laurentino. E ele identifica e me devolve o desenho dentro do meu estilo gráfico e técnico.

Flávio Prates

30:23

Quem dera isso lá em 1988, hein, Paulo?

Paulo Laurentino

30:26

Pelo amor deus, seria delírio, é impensável.

Flávio Prates

30:32

Imaginar lá naquela época, com aquela prancheta de régua paralela, caneta Nanquim 01, imaginar que você hoje estaria trabalhando, nem passando pela sua cabeça, eu acredito.

Paulo Laurentino

30:47

Não, porque era algo assim, não se sabe o caminho. Hoje podemos até sonhar com determinadas ferramentas, mas ver aquilo concretizado é delírio. E hoje nós avançamos demais. Em paralelo, Flávio, com toda essa trajetória, por exemplo, eu uso Corel Draw até hoje e não vou parar de usar, provavelmente nunca. Ferramentas, eu troquei Topaz, porque aí apareceu no mercado um tal de Windows, porque o Topaz era em DOS e o Topaz não tinha para o Windows, e então aí fui obrigado a migrar com uma ferramenta chamada 3D Max. Utilizei o 3D Max durante muito tempo, hoje eu não o utilizo mais porque o Adobe Premiere, o LightWave para edição ou Premiere para edição, o Photoshop, o After Effects, me dá o mesmo tipo de efeito em 3D, inclusive.

Paulo Laurentino

31:45

E ao longo desse período todo, esse processo todo, ou estava fazendo curso, ou estava com a cara enterrada no computador, estudando o 3D Max ou o Premiere, por exemplo, era todo em inglês há tempo atrás. Então, eu preciso, sem saber o inglês, conseguir desenvolver trabalhos com essa ferramenta, mas hoje eu me considero preparado no pacote de ferramentas inclusive algumas que eu não preciso mais utilizar como o 3D Max.

Flávio Prates

32:23

Então assim, embora você tenha tido uma experiência, montou uma agência durante um período, mas de uma certa maneira, como você narra, como uma espécie de, quando você diz freelancer, um autônomo, vamos dizer assim, você empreendeu esse período todo como independente e passando por várias empresas e prestando serviços e fazendo freelancer. Pós-MCA. Sim, certamente.

Paulo Laurentino

32:54

Eu vivo de comunicação.

Flávio Prates

33:00

E você sabe citar se algum colega, alguém que você saiba que passou pela MCA, fundou agência de publicidade ou empresa de comunicação, que seja em qualquer ramo, depois de trabalhar na MCA?

Paulo Laurentino

33:17

Regina Kaiser, da RKF, Regina Kaiser Figueiredo, Flávio, você também, né, Flávio? Nós criamos juntos uma marca que me honra muito, que é a marca da Univag.

Flávio Prates

33:34

Universidade de Várzea Grande.

Paulo Laurentino

33:37

Foi muito bacana isso. Osmar, da Época Propaganda, Tantos outros que eu não consigo lembrar de todos, mas muita gente que passou pela MCA, quase que a grande maioria montou agência de propaganda. Não sei se todos permanecem hoje como donos de agências, mas uma grande maioria teve suas próprias agências. A grande maioria inclusive hoje é super bem instalada no mercado com as agências dessas pessoas que passaram por lá.

Flávio Prates

34:09

Então, não é exagero afirmar que uma MCA pode ter sido, em seu tempo, o tipo de uma incubadora de agências e de empresas e de profissionais empreendedores de comunicação no mercado de Mato Grosso? É exagero dizer isso?

Paulo Laurentino

34:27

Então, eu acho inapropriada a palavra exagero, porque é verdade total, é fato. Eu repito, eu sou um exemplo vivo disso. Meu irmão hoje, por exemplo, atua em diversas áreas da comunicação e passou pela MCA. É a grande maioria dos profissionais que conheço hoje no mercado passaram... O anúncio que você utiliza como base, ali consta o nome de 50 pessoas, todas inseridas no contexto, inseridas no mercado hoje.

Flávio Prates

35:07

Na sua opinião, qual foi a contribuição de Mauro Cid para o mercado publicitário de Mato Grosso?

Paulo Laurentino

35:17

Desculpa?

Flávio Prates

35:19

Qual foi a contribuição do Mauro ou a principal contribuição do Mauro para o mercado publicitário de Mato Grosso?

Paulo Laurentino

35:26

O Mauro, eu diria que ele foi um mago, um mestre, porque ele trouxe a essência da comunicação para aqueles que por ali passaram e continuam ativos por aí no mercado, assessorando daqui, assessorando dali. O Mauro vai ser grande mestre sempre e com muito orgulho e muita honra ter sido, por assim dizer, treinado por Mauro Cid.

Flávio Prates

36:00

E, Paulo, Eu sei que é difícil falar de si mesmo, mas e a sua própria contribuição? Qual foi? Você pode contar qual foi sua trajetória, sua contribuição para o mercado, embora você tenha narrado tudo isso, mas no sentido da contribuição mesmo, aquilo que você acredita que construiu, auxiliando, enfim, a consolidação do mercado de publicidade em Mato Grosso.

Paulo Laurentino

36:33

Eu considero o fato de ter a pioneira na computação gráfica despertou talvez o surrealismo na produção, a minha característica, um pouco da ousadia criativa também, mesclando materiais. Na Video Cidade, eu e o Ruizinho, nós prendíamos uma câmera o rosto, o cara, para baixo, lente para baixo, e eu fiquei duas noites gravando revista, e a gente jogava papel por vez, e ele ia gravando

frame a frame naquelas máquinas analógicas ainda. Então, esse laboratório, daí surgiram peças assim diferentes no mercado. Eu acredito que essa é uma das contribuições. Além das N vinhetas, Há tempo atrás, Flávio, eu costumava dizer que eu me classificava como dono criador de 30% dos logos daquele período até agora. Hoje eu diria 5%, porque ampliou muito. Mas uma ponta de todas as logos desse mercado eu consegui criar. Então, acho que são...

Paulo Laurentino

37:55

Serviços prestados, que é o que você disse, o meu estilo pessoal de ousar na criação, maluco por lado e militar pelo outro, ok? Porque se você me passa briefing e me diz, eu vi em tal lugar assim, eu prefiro não ouvir, eu prefiro criar algo novo, do zero, na hora da concepção, mas na hora da criação eu sou militar total, varando à noite, varando muitas noites, eu gosto muito de trabalhar à noite, sou publicitário de hábitos noturnos. Enfim, se eu gerei alguma ajuda a esse mercado foi no sentido de expor um ousadia criativa.

Flávio Prates

38:44

Sem dúvida. Na sua opinião, quais foram os principais nomes da publicidade que ajudaram na consolidação do negócio da publicidade em propaganda? Podemos afirmar que a geração de publicitários que atuaram na MCA Propaganda naquele período e que são relatados nesse anúncio aí, foram os principais responsáveis pela consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso, no sentido de mercado mesmo, no sentido de negócio da propaganda? Essa afirmação é correta, é exagerada? Como você vê?

Paulo Laurentino

39:21

A meu ver, é correto. Nós temos aí o Geraldo, da Z8, a Regina Kaiser, que já citei, o Osmar, da época, Ademir Ferlin, Feríssima, sabe? E tantos outros que eu não vou conseguir me lembrar do

nome, mas que sintam-se homenageados, porque são realmente grandes feras do nosso mercado. Se não me engano, a própria Associação de Agências foi fundada depois desse período. Então, eu acredito que sim, que essa equipe foi realmente a essência da comunicação em Mato Grosso desde essa época.

Flávio Prates

40:03

Terminando, Paulo, tem mais duas aqui. Há algo de relevante ou algum fato importante que você gostaria de mencionar? Sobre esse tempo da história da publicidade em particular e que talvez eu tenha esquecido de perguntar ou você mesmo gostaria de dizer que tem a relevância e que tem a relação com essa consolidação do mercado enquanto negócio, enquanto oportunidade de emprego, de renda, de negócio enfim, aqui em Mato Grosso?

Paulo Laurentino

40:42

Sim. Eu me lembro de algumas passagens que me orgulham muito. Por exemplo, esse vídeo, esse filme que citei, feito na TV Cidade Verde, sem computação gráfica, sem nada, todo artesanal, mas com efeito digital. Tenho muito orgulho de ter criado peças em 3D, vinhetas em 3D como abertura. Eu acredito que a segunda abertura, do Cadeia Neles para a TV Gazeta. São peças que marcaram. Andei fazendo algumas peças em escultura, que depois utilizamos como peça de arte para o vídeo. Por exemplo, outra coisa que me dá muita saudade e orgulho de ter participado é o programa chamado Ponto de Encontro. Quando ainda, lá na rádio, O Ponto de Encontro era programa aberto, era na rua. Ele era... Flávio Nasser ficou no estúdio e... Puxa vida! Eu vou lembrar. Outro amigo nosso ficou na rua.

Paulo Laurentino

41:57

Guto França e nós fazíamos esse programa, o programa Ponto de Encontro. Foi uma inovação no mercado da rádio. Isso também me orgulha muito. Alguns filmes, alguns filmetes feitos para a Centro América também porque naquele afã de me desenvolver em comunicação, eu sempre ousava, e isso gerou algumas peças diferentes. Então, eu acredito que isso, sim, realmente somou nesse contexto.

Flávio Prates

42:30

Último. É exagero dizer que Mauro Cid foi o pai da publicidade matogrossense ou essa filha tem vários pais e várias mães?

Paulo Laurentino

42:45

Puxa vida! A meu ver, sim, o pai. Se não, um dos pais, porque temos como contemporâneo o pessoal falando em comunicação. O pessoal do MBC, que é mais ou menos naquela época. Nós temos aí a Z8, que eu acho que veio ou paralelo ou muito... É paralelo, é paralelo. Essa iniciativa da TV Cidade Verde em montar o Vídeo Cidade, aí incorporando... Então, eu acredito que esses momentos foram altos e que influenciaram, sim, não é nem redirecionar, direcionaram a coisa de publicidade em Mato Grosso.

Flávio Prates

43:36

Paulo, eu queria te agradecer muito por essa participação, pela contribuição aqui com essa pesquisa, pelo resgate dessa história que é de todos nós, profissionais de publicidade aqui do Mato Grosso. Agradecer pelo seu talento, pela sua belíssima história, pela sua bela contribuição para esse nosso mercado. Agradecer do fundo do coração sua amizade, seu convívio por tanto, todo esse tempo até. Triste porque os caminhos da vida até nos levaram a bom tempo sem nos ver, mas graças a Deus retomando agora. E te agradeço sinceramente por esse seu depoimento tão bonito,

essa sua história tão bonita, que eu vou levar no coração e vou levar agora para até para o outro continente, vou levar lá para Portugal para contar essa história sua, do Mauro, de todos os outros, lá na Europa e também para todos nós aqui de Mato Grosso.

Flávio Prates

44:41

Muito obrigado, Paulo, por todo o seu talento, por toda a sua história, viu?

Paulo Laurentino

44:45

Flávio, a gratidão é toda minha por estar lembrando esses momentos maravilhosos da nossa vida de comunicação, obrigado a você pela iniciativa, que eu considero fantástico, de escolher esse tema, a sua universidade, por permitir e possibilitar um trabalho tão bonito, e ao nosso pai para permitir a nossa existência, toda essa experiência, todo esse laboratório que culminou ao que somos hoje. Então, fico muito feliz em ver você desenvolvendo esse trabalho e só gratidão, gratidão total. Obrigado, Flávio. Obrigado mesmo.

Flávio Prates

45:29

Obrigado. Paulo, eu vou parar a gravação aqui e a gente continua mais um pouquinho, tá?

Paulo Laurentino

45:34

Tá ótimo.

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM REGINA KAISER

Flávio Prates

00:05

Oi, Regina, tudo bem? Como vai? Como tem passado? Tudo bom?

Regina Kaiser

00:10

Tudo ótimo, tudo maravilhoso. Bom falar com você.

Flávio Prates

00:15

Regina, primeiramente eu queria muito agradecer a oportunidade de conversar com você, de fazer essa entrevista, agradecer a sua participação nesse projeto. Lembrando que é uma pesquisa de mestrado que traz o título de A Consolidação do Mercado Publicitário em Mato Grosso, uma história contada, o caso MCA, a escola antes da escola, que conta um pouco da história da publicidade no período ali entre 1979 e 1989. Está sendo conduzido esse mestrado na Universidade Fernando Pessoa, na cidade do Porto, em Portugal, com orientação da professora doutora Elza Simões. Então, esse é o projeto no qual você aceitou participar, como participante, e eu queria muito obrigado. Afinal de contas, é uma honra para mim ter você aqui como sendo a primeira mulher em Mato Grosso a ter criada, fundada e dirigida uma agência de publicidade. Obrigado, viu, Regina?

Regina Kaiser

01:37

Eu que agradeço.

Flávio Prates

01:40

Então, em princípio, eu queria te pedir uma breve identificação, você fale um pouco de você, de forma breve, porque ao longo aqui da entrevista nós teremos várias oportunidades para tantas histórias. Fica à vontade.

Regina Kaiser

01:56

Meu nome é Regina Kaiser e sou do Rio, sou carioca. Vim para cá em 1973, você já imaginou, não tinha nada, nada. E eu amei a cidade e comi cabeça de pipacu e aqui fiquei. Eu achei que a cidade, pelo fato de que sou muito comunicativo e as pessoas também foram comigo e acabei ficando. Depois dessa época, eu casei, tive duas filhas, nesse período eu não estava fazendo nada. Sou autodidata, não tenho custo de publicidade, nem propaganda. A única coisa que sempre foi minha paixão, vendas. Eu amo vendas.

Flávio Prates

03:01

Então, essa é a minha... Desculpa te interrompe, é porque essa é a primeira pergunta. Você estudou publicidade de alguma forma, seja uma graduação superior, seja algum curso técnico, ou você é realmente uma publicitária que o talento surgiu em você? Como foi?

Regina Kaiser

03:22

Foi isso mesmo. Como eu sempre trabalhei no Rio, com moda, com vendas, isso aí sempre foi uma coisa pulgente em mim. Quando eu vim para cá, eu não via, já tendo minhas filhas, crianças pequenas, assim, não podia nem pensar em trabalhar. E eu montei uma academia de dança e cursos de modelo e manequim. Estúdio 3, na Comandante Costa, e que foi um sucesso muito grande. Hoje eu encontro com médicos, vários rapazes e moças que fizeram os cursos comigo e que a gente

brinca muito. Eu falo assim, quem diria que você estava na passarela e hoje aqui, se eu falar para alguém, vamos tirar essa arma em você. Então, isso foi uma das coisas mais importantes porque eu coloquei estilo que, então até, não havia nada. Havia escola, academia de ginástica, algumas, muito poucas.

Regina Kaiser

04:42

E nós temos, além do curso de jazz, balé, eu implantei o modelo e manequim, que foi assim... Você já imaginou a moçada como é que ficou? Depois disso, abri uma loja de... Porque tudo é sazonal, né? Vai ficando, vai ficando, aí depois... Aí eu montei também uma loja de roupa de bebê maravilhosa, foi linda. As pessoas até hoje falam que eu tenho gravações frequentes de pessoas que falam dos trabalhos que eu fiz. Isso foi me incentivando e fazendo um grande relacionamento com as pessoas daqui, de todos os níveis. Eu tinha, assim, facilidade. Aí parei com essas duas coisas, porque minha irmã foi embora para o Rio e eu fiquei sozinha na loja, não podia, não dava conta de fazer compras e deixar as meninas. E aí eu fechoi.

Regina Kaiser

05:50

E dia eu estava em casa e o telefone tocou, eu atendi e ela falou assim, oi minha querida, era a Vanessa, a nossa jornalista, a Vanessa Komenta.

Flávio Prates

06:03

Sim, sim.

Regina Kaiser

06:04

Pois é. Ela era amiga da família e de tudo. Ela falou, oi Regina, o que você está fazendo no momento? Porque eu tinha parado as duas coisas. Eu falei, nada, estou procurando emprego. Ela falou, procurando emprego? Falei, é. Ela falou assim, então, se prepare que amanhã nós vamos, eu vou te levar ao lugar. Me arrumei, falei, não sei nem o que é que ela vai me levar. E ela me levou na MCA.

Flávio Prates

06:28

Então, minha pergunta, em Cuiabá você trabalhou na MCA Propaganda?

Regina Kaiser

06:33

Trabalhei, desde esse dia. Ela me apresentou o Mauro Cid, e eu falei, olha, não sei nada, hein? Eu vendo muito bem, eu gosto, eu falo para burro, mas eu não tenho. Aí ele falou assim, fiquei indecisa, ele falou assim, que hora você começa amanhã?

Flávio Prates

06:58

Bem Mauro Cid.

Regina Kaiser

06:59

O próprio, o próprio. Aí eu falei assim, Mauro, eu não vou poder trabalhar o período integral, porque eu tenho minhas filhas tão pequenas. Ele falou, do jeito que você quiser. Aí depois ele contornou para mim que ele disse isso, mas que ele sabia que eu não ia conseguir trabalhar só no Espigante, porque eu amei aquilo. Eu percebi. Era uma equipe assim, tão alegre. A profissão, né,

é muito gostosa. Tem os perrengues da vida, quem não tem? Mas eu realmente fiquei apaixonado. E aí eu estou trabalhando.

Flávio Prates

07:39

Regina, você gravou o período em que você trabalhou no MCA? Quantos anos ou quanto tempo? Que ano foi?

Regina Kaiser

07:50

82, 83, eu trabalhei três anos.

Flávio Prates

07:56

De 82 a 83?

Regina Kaiser

07:59

Não, 82, 83 e 84. Em 85, montei a linha.

Flávio Prates

08:05

A primeira agência de publicidade fundada por uma mulher em Mato Grosso.

Regina Kaiser

08:10

É, olha só, olha só.

Flávio Prates

08:13

Qual era a sua função profissional e a sua carga, que você exercia na MCA Propaganda?

Regina Kaiser

08:24

Essa forma que o Mauro tem de trabalhar, eu acho assim, é uma escola, é uma forma deixar que o profissional se apresente, sabe? Ele se revela. Porque ele não te dá obrigações, nunca me deu função, mas eu interajei. Primeiro que eu realmente estou de metro nas coisas, gosto de aprender tudo, sou muito curioso. Então ele abriu. Para que eu fizesse as coisas que eu tinha que aprender, se eu não procurasse também. Eu fiquei dentro da arte, eu fiquei na criação, eu fiquei na produção, eu estava sempre envolvido. E foi aí que eu fui aprendendo. Tem uma história que, eu não sei se você queria perguntar alguma coisa antes, Eu não tinha carro especial, não tinha. Eu não tinha, era o faz-tudo.

Flávio Prates

09:31

E se você pudesse descrever como era sua rotina de trabalho, você que está fazendo isso?

Regina Kaiser

09:36

É, porque eu não tinha uma coisa determinada. Você chega, aí você vê os clientes, as pendências que têm... Não, eu não fazia nada disso. Eu fiz o que era o incêndio naquele dia. E aí eu estou

interagindo. Eu comecei a trabalhar com ele ainda no Joaquim Murtinho. E depois nós viemos aqui para...

Flávio Prates

09:59

Que é o predinho lá, né?

Regina Kaiser

10:00

É, ali que eu comecei, entendi? Era um pouco mais... Era menor, né? Então a gente ficou muito junto, muito emboladinha. E depois fomos para aquela casa ali perto do Chopin, que já era uma casa, né? Era uma coisa mais marcante. Então eu cheguei e eu fuçando ali, eu vendo o que era, e daqui um pouco já tinha que falava, Regina, você fazia... Eu tive... A única coisa que era muito engraçada é que os homens mais de idade que trabalharam lá conheciam assim, essa senhora mandou 15 dias para ir embora. Não, eu não... Não foi bem? Não, eu estava amando aquilo, eu queria aprender. Eu tinha que aprender aquilo. Como eu não poderia? É envolvimento.

Flávio Prates

10:58

Você já tinha trabalhado em agência de publicidade antes desse período na MCA? Tinha experiência nessa função?

Regina Kaiser

11:06

Nada. Nenhum. O que eu sabia, que eu não sabia que tinha a ver com publicidade, e fui colocar na prática. Criatividade, sugestões, o que eu pensei por ter vindo do Rio, alguma coisa que eu tenha visto lá, que estava assim... Funcionando, e eu fui passando para os profissionais. E foi isso que

me fez entrar e todos tiveram muita vontade de me ajudar. Aí tem uma historinha, entre aspas. Márcia, minha querida amiga, ela já sabe, ela estava de férias que ela foi ter uma bebezinha. E, quando ela voltou, ela e Luizinho Vinagre. E uma hora me deu a sala que eles estavam. Não sabia de nada. Falou, olha, só não tem uma mesa e cadeira aqui. Aí eu fui lá atrás, onde guardava móveis usados, reformei os móveis, botei cadeira de diretor, botei tampo de vidro.

Regina Kaiser

12:22

Ele falou assim, quando nós entramos na sala outro dia era outra coisa. E aí volta a minha amiga, Márcia, e o meu amiguinho, Luiz Vinagre. E olhei, assim, o que essa mulher estava fazendo aqui, porque Mauro não tem essa coisa de ficar esperando, olha, essa é fulano, ela vai fazer isso. Não, ele já, isso é que eu acho bacana, ele coloca exatamente o que os psicólogos falam para as mães deixarem os seus filhos terem que descobrir o que eles vão fazer. A necessidade de você fazer isso. E aí ela foi e a Márcia falou assim, o Mauro falou assim, olha, tem inauguração, o primeiro shopping, é o Shopping Tabor, ali do Nicolina e João Afeto. E passa pra Márcia, não sei se ele falou pra Márcia, eu só sei que ela fez briefing.

Regina Kaiser

13:25

Você não tem ideia, eu levei uma semana chorando em cima do briefing, que eu não sabia o que era aquilo. E perguntava para e perguntava para o outro. Então, é muito difícil para quem não sabe. Quem sabe fala muito rápido, porque domina a situação. Eu não. E eu fui, mas eu falei, eu não desisto, eu não desisto. No fim, eu fiz o trabalho, mas eu tiro sarro nela até hoje. Você me jogou nos leões. É, gente, é muito bom. Valeu, né? Ela me ajudou a procurar e encontrar.

Flávio Prates

14:08

Regina, por onde você trabalhou antes desse período da MCA? Em que tipo de trabalho você já estava trabalhando? Você falou um pouco, mas se você puder repetir, limitar um pouco mais, por onde você andou Regina Kaiser?

Regina Kaiser

14:26

A primeira coisa realmente foi... Eu até inverti a ordem. Foi numa loja na Antônio Maria, espaço que tinha entre aquelas casas, ainda não era calçadão. Eu trabalhei no Rio, numa loja chamada Bleu Blanc Rouge, que era roupa de bebê, roupas infantis, e era de bom gosto. Eu trabalhei muito tempo lá. E quando eu cheguei aqui, eu vi que não tinha nada naquele dia. E aí eu resolvi, eu e minha irmã, e fizemos tudo dessa forma que eu estou te falando. Eu gosto muito de transformar as coisas. Eu não ligo muito de compra. Eu quero fazer se aquilo ali dá pra pintar. E nós reformamos o espaço, e eu fui ao Rio e a Petrópolis, e os fornecedores da loja de lá do Rio me conheciam. Então eles venderam tudo pra mim. E eu cheguei aqui, foi assim, a coisa mais linda.

Regina Kaiser

15:28

As pessoas estavam lá e sabiam, não acreditavam, aquelas gavetas com as roupas de bebê, cheirosas. Foi período maravilhoso. E o seguinte que foi o que me envolveu muito foi a escola de modelos, porque era tudo... Eu conheci, veio .. Acho que esqueci o nome dele. Silvinho, para cá, do Rio, cabeleireiro, e Menezes, que era o maquiador. Eles vieram aqui para fazer o desfile. E eu peguei, depois desse curso de modelo que eu pretendia fazer, a Elos estava lançando a loja que era a marca. A Elos veio para cá, ali na Isaac Paul. E dos modelos e manequins que estavam na passarela, eu achei ele muito chique, muito elegante. Fui ao camarim e perguntei a ele se ele gostaria de dar curso de modelo. Falei, lógico.

Regina Kaiser

16:32

Falei, então eu vou fazer uma pesquisa e, conforme for, eu gostaria que você viesse. E todo mundo, quando eu falei, foi sucesso. Todo mundo queria, desde o jovem, todo mundo queria fazer modelo. E aí eu o trouxe. Ele ficou aqui durante dois meses e nós fizemos o desfile do lançamento da Elos, no Queda d'Água, com uma passarela que comportava 20 modelos ao mesmo tempo, coreografada, troca de roupas violentas. Foi assim show. E aí eu fiquei nisso ainda com bastante tempo. Mas depois, esse pessoal que trabalha com moda, eles têm muitos... Por exemplo, feira em São Paulo, tem que ir. Eu falei, olha, isso vai acabar me deixando na mão e eu vou deixar as pessoas na mão.

Regina Kaiser

17:27

Aí eu fui, foi aí que eu parei e dei tempo, acho que foi ou dois anos que eu fiquei em casa.

Flávio Prates

17:35

Regina, você estava me contando que chegou em Mato Grosso em 1973 e começou a trabalhar na MCA por volta de 1982, 83 também. Mato Grosso estava começando. Então, a minha pergunta é assim, como era trabalhar em uma agência de propaganda naquele tempo, naquela época, em Mato Grosso? Onde o mercado, as ferramentas, tudo era tão precário. Como foi isso? Como era o dia ali? Como é que se fazia publicidade em 1982? Hoje a gente olha para trás e.

Regina Kaiser

18:23

Hoje a gente olha para trás e...Não acredito no que fazíamos. Primeiro você não tem celular, não tinha celular.Então, quer dizer, a comunicação era péssima e a gente poderia. A primeira coisa era que os clientes não entendiam o que estávamos propondo a eles. Então, aquilo tinha que fazer com que ele viajasse, mas é tal coisa? Para que ele entenda. Ele tinha que pegar um exemplo de uma propaganda que estava passando na televisão, para que ele tivesse ideia. Mas ele queria anunciar. Ele queria. Aí eu comecei a... O Mauro me fez mais . Ele me pegou dia, na agência e falei assim,

Regina, vamos lá no Pão de Açúcar, que era a carteira do Luizinho. Ele estava de férias e eu fui lá. Eu nunca vi uma pessoa assim.

Regina Kaiser

19:35

Eu nunca tinha conversado com uma pessoa que trabalha no mercado e que é aquele tipo de promoção a jato. Eu fiquei à toa. O Ademalo falou assim, não, ela agora que vai estar atendendo aqui, porque o Vinagre está de férias. Eu falei, Ademalo, eu não sei nada disso. Não, você vai ver, você vai ver, você vai te enxergar de letra. Aprendi uma parte de varejo, e muito rápido, porque era promoção no outro dia, você tinha que tirar aquilo do ar. Foi uma experiência muito violenta. É uma coisa que todos nós ganhamos há muito tempo, a gente lembra da dificuldade que era para se fazer. As peças, por exemplo, os layouts.

Regina Kaiser

20:24

Eu me lembro do Valmir fazendo aquele trabalho todo à mão, colando letreirinha, porque a gente tinha que mandar o layout para Goiânia, caiu uma letreirinha, o laboratório, tudo fechado, aquela coisa toda. Gente, hoje, É moleza. Hoje o pessoal faz tudo.

Flávio Prates

20:50

Imagina, tinha laboratório fotográfico de revelação em agência de publicidade.

Regina Kaiser

20:58

Exatamente. Era uma chocadeira o que a gente conhecia. Aquela luzinha. E isso tudo fez muito bem para mim, porque eu peguei exatamente essa mudança. Quando eu fui montar a minha

agência, aliás, montei a agência, tive dia que computador é o must, tem que ter, vamos, Goiânia, o cara vem e tal. E aí eu falei, o Kiko, que era menino que trabalhou comigo antes, ele falou assim, eu falei, Kiko, se intera aí que nós vamos ter que comprar. Aí o Valmi, Ele falou assim, eu sempre admiro você, mas dessa vez... Porque ele estava com medo do computador substituí-lo. Mas ele se tornou o diretor de arte, então sem ele não havia como criar ali, porque os meninos não tinham essa experiência que ele tinha.

Regina Kaiser

22:01

E aí conseguimos essa parte, mas você vê a evolução do negócio.

Flávio Prates

22:07

Porque antes era tudo prancheta.

Regina Kaiser

22:10

Prancheta. A primeira coisa que comprei quando cheguei da agência foi uma prancheta. Que coisa mais linda que era ter uma prancheta, meu Deus do céu. Dava é sofisticado. Se tinha uma prancheta, botava a lampadazinha, era muito bacana. A MCA tinha muitas coisas mais atuais dentro do que poderia ter. As salas bem arrumadas, com equipamentos, mas dentro daquilo que podíamos ter, que não tinha também para você onde comprar, como fazer. E cada um de nós ali segurando a sua barra, porque isso também foi um entrosamento muito grande da equipe, que ajudou muito o outro. Foi o período mais bonito da minha vida, o companheirismo. Eu tenho saudades de todos eles.

Flávio Prates

23:13

Regina, você mais aprendeu ou mais ensinado nesse período de MCA Propaganda? Conta como foi.

Regina Kaiser

23:23

Bom, é inegável que eu aprendi. Aprendi, aprendi, aprendi. Agora, algumas coisas eu acho que vou ajudar. Não vou dizer que eu incidei, eu ajudei. A maneira de lidar com as coisas com otimismo. Sempre sabendo o que vai dar. Porque a pessoa fica insegura e ela começa a ficar para baixo e aquele negócio não vai. E eu não sou assim. Sempre gostei de festa, então eu fiz reuniões. Então, o pessoal adorava aquilo porque já esperava por aquele dia. Experiência de vida, porque como eu era do Rio, eu tinha coisas que eu via lá quem não tinha vivido em uma cidade grande não tinha aqui. Essa coisa de buscar o cliente também, eu sempre tive um jeito especial de abordar, de pegar uma referência, de saber. É fulano de tal, ele força porque o tempo? Ele gosta de pescar? Eu tinha isso já, meu nato.

Regina Kaiser

24:40

E eu sempre ganhei o cliente, eu sempre tive essa facilidade. E, como eu trabalhei com a Márcia, o Luiz, o Osmar, que também ganharam muito tempo juntos, a gente fazia brainstorming ali e acabava que a coisa realmente ia.

Flávio Prates

25:02

É correto afirmar que a MCA Propaganda era uma espécie de escola de publicidade naquela época, ou seja, entre 1979 e 1989, já que naquele tempo não havia uma faculdade de publicidade em Mato Grosso? É correta essa afirmação?

Regina Kaiser

25:23

Corretíssimo. Foi uma escola. Muitas pessoas passaram por lá, ficaram pouco tempo, mas pouco tempo ficaram. Eu tenho certeza que acrescentou. Nós somos hoje, eu não sou mais com uma agência, mas tem muita gente que inclusive incentivou, fez com que as pessoas tivessem curiosidade de saber o que era aquilo. Nesse mesmo período da MCA, tinha uma novela que estava passando que falava de publicidade, coincidentemente, sabe? Então, quer dizer, olha, até isso, as pessoas que viam uma novela automaticamente, quando chegavam lá, elas sentiam que realmente aquilo existia, né? As produções de vídeo eram difíceis de fazer. Meu Deus do céu! Acho que foi a coisa mais complicada, porque eram muito limitados, tanto o equipamento quanto os produtores. Então, a gente contou com os amigos da Centro-América.

Regina Kaiser

26:40

Essa foi uma coisa que eu não esqueci, porque nós fazíamos a propaganda do pão de açúcar, então, quando eu estava atendendo, eu pegava as promoções e eu levava os mantimentos para casa e trazia para gravar os vídeos das promoções a comida pronta, o frango assado, o pudim, Então, eles não marcavam a MCA no horário, depois do almoço, era antes do almoço, e eu sabia que era para comer. Mas foi muito bacana. Eu tenho certeza que muita gente se lembra disso.

Flávio Prates

27:24

Regina, você chegou então a fundar uma agência de publicidade depois que saiu da MCA. Enfim, nesse período pós-MCA, quais foram os caminhos profissionais que você trilhou? Qual a empresa que você fundou?

Regina Kaiser

27:46

Nesse espaço de tempo, foi muito pouco. Trabalhei três anos e abri minha em 1985. Foi raríssimo. Eu já comecei na linha. Não fiz nada nesse período. Até que minha amiga telefonou e eu disse que estava procurando emprego.

Flávio Prates

28:10

Sim, a pergunta é assim, você chegou a fundar uma agência de propaganda, né? Sim, sim. Depois que você saiu da MCA, quais os caminhos que você trilhou?

Regina Kaiser

28:23

Não, não fiz nada. Não fiz nada. Só fui, em 1985, eu montei a RKF.

Flávio Prates

28:32

E como foi essa história? Você conta para a gente?

Regina Kaiser

28:37

Quando eu ainda estava no MCA, tinha evento que era a Feira dos Imóveis, ali onde era o Pinus Bowl, e o Mauro tinha a conta e nós fomos participar, fizemos várias coisas, peças. E, quando eu fui no stand da Aquarius, eu vi uma... Uma maquete de prédio que era o prédio comercial ali da Getúlio Vargas, Avenida Central, que era onde era a minha agência. Eu apaixonei pelo prédio. Era muito bonito, que ele tinha quatro andares, marrom assim com blindex. Eu achei lindo o prédio, não sei por quê, sabe? Dessas coisas que a gente tem. Quando eu saí da MCA, Logo que resolvi queria montar, muito contrariado à família, não queria, vou montar e vou montar. Aí está o jornal

para procurar. Naquela época a gente abriu o jornal para procurar. Classificados. Exato, para ver o que tinha de imóveis para alugar.

Regina Kaiser

29:57

E tinha uma sala, na Avenida central, fiquei. Agora falta saber, meu Deus, quanto será o aluguel? Porque o quanto será o aluguel não tem receita nenhuma, eu não quero pedir dinheiro para ninguém, eu tenho que fazer essa coisa. Era mil. Agora, eu não sei se era cruzeiro, o que era mil. A sala era uma sala com banheiro e tinha aparelho de ar condicionado e telefone. E aí eu falei, eu quero, eu vou montar. Meu primeiro dia de trabalho foi sentado no chão, era carpetado, com o telefone e a minha agenda. Foi assim. Quer dizer, como que uma pessoa... Se fala pra mim isso hoje, você tá louca de fazer isso. Naquele dia, naquela hora, e aí eu comecei a contratar o Freela.

Regina Kaiser

30:59

Porque eu recebia, paguei, aí a primeira mesa que eu consegui comprar para fazer a minha sala, não a minha sala, porque depois as pessoas sentaram ali, os profissionais de repente, foi nas Bahamas. Meu grande amigo falou, você leva, quando você puder pagar, você paga. E ali eu comecei a fazer, e a minha vida toda de publicidade, da agência, ela ficou naquela sala. Aí eu fui alugando todas as salas que tinham no terceiro andar, do primeiro andar, e depois fui para o terceiro andar mais uma sala. Então era tudo interligado. Então, tive dia que eu olhei e falei assim, eu não acreditei que comecei a sentar no carpete, só com o telefone, e eu estou desse jeito. Aí eu comprei as salas da Encol, porque eu já frequentava o Encol naquela época, lá no Work Center. Aí nos mudamos para lá.

Flávio Prates

32:00

Isso foi em 1985?

Regina Kaiser

32:02

Sim.

Flávio Prates

32:03

Quando nasceu na RKF Publicidade. Publicidade, é. Você sabe citar algum colega, algum colega que também fundou agência, publicidade, ou alguma empresa de comunicação, depois de ter trabalhado na MCA?

Regina Kaiser

32:26

Há vários, não é? Por exemplo, eu não posso deixar de citar o Osmar, que eu fui convidá-lo para trabalhar comigo, e ele já estava também montando ele. Aí a Márcia demorou um pouco mais, Tem muita gente que, naquela época que saiu da MCA, montou. Ali, realmente saíram grandes profissionais.

Flávio Prates

32:57

É exagero afirmar que a propaganda da MCA pode ter sido, naquele tempo, também um tipo de incubadora de agência de publicidade?

Regina Kaiser

33:34

Eu concordo plenamente. Primeiro que o Mauro é uma pessoa que tem uma rede de amizades, de relacionamentos muito grandes. É uma pessoa que... eu acho que já nasceu porque é jornalista, né?E quando ele começou, essa forma que eu te falei, que ele tem de a pessoa, ele simplesmente fala, você fica aí, você vai para ali. Não, quer saber, isso eu acho que faz a gente... quem tem vontade. E quem não tem vontade... Aconteceram vários, de não ficar, não gostar e tudo. Mas a equipe nossa era muito ligada, brigava às vezes, aquelas coisas, mas todo mundo dali, uma grande maioria, saiu, montou, ou alguém de lá foi para uma dessas também. Então, ele tem uma... o Mauro tem uma...Uma responsabilidade de ter colocado muita gente no mercado, tem ajudado nesse crescimento da publicidade, da importância dela, e uma forma correta de fazer, porque foi assim que eu aprendi.

Regina Kaiser

34:53

Nós também tínhamos Zé Dorileo, que é uma pessoa que é amigo da gente, que cuidava, inclusive, muito da parte financeira, uma pessoa super séria. Quer dizer, o grupo, vamos dizer assim, nossos professores foram muito bons. Então, muita gente realmente despertou Porque como aqui não tinha curso de publicidade e propaganda, essas pessoas foram, de repente, procurando trabalho e entraram na MCA. E a grande maioria... Luiz Vinagre... Nossa, tem muito isso aí.

Flávio Prates

35:41

Na sua opinião, qual foi a contribuição de Mauro Cid ao mercado publicitário de Mato Grosso?

Regina Kaiser

35:50

Tudo o que eu falei aqui, eu acho que o Mauro realmente, esse pioneirismo, essa maneira de conduzir, essa firmeza, o Mauro tem uma facilidade de falar, de argumentar, né?Eu falo que o político ali, mas também, né? E ele faz com que a didática dele, de você preste atenção no que ele

está falando. Eu tenho uma amiga que estudou jornalismo com ele, no Rio. Ela morou depois aqui tempo, porque ela era casada com o Paulo Lomba, da Coca-Cola, e tinha o Taiko. E ela falou, que o Mauro tinha essa facilidade de saber se expressar. E ele convencia muitas pessoas sem precisar gritar, sem precisar fazer nenhum tipo de consentimento. Fazia, mas disfarçado. Isso deu a muitas pessoas segurança. Aprenderam, tiveram confiança em si próprios para montar. Se não fosse ele ali, eu não consigo ver esse modo.

Regina Kaiser

37:20

É como você, por exemplo, faz curso, ou você no colégio primário, você sempre se lembra daquela professora. Tipo, eu não gostava de matemática porque eu detestava o professor de matemática. Então você não estuda aquilo, você não pode nem pegar. Já em compensação, você tem outro professor de português, geografia, que o cara entra na sala, você já sabe que ali você vai aprender sorrindo. E eu acho que foi isso. Depois eu fiquei também tempo com ele, que foi na época da campanha política do Dante, então, participei disso, tanto que depois andei meio lado político também. E eu também, por ser festivo, fiz muito os eventos. E, por exemplo, lá na MCA, esse briefing que a Márcia me deu de presente, essa inauguração que era para fazer do shopping, Eu tinha uma semana para fazer, duração de uma semana, as comemorações da inauguração.

Regina Kaiser

38:32

Que ali era dito que teria a primeira escada rolante. Que não houve, não apareceu a escada rolante. E todas as salas, todas as lojas estavam vazias. Só contra piso, parede, só. Mas eles queriam divulgar para que as pessoas comesçassem a ir lá. Estava meio paradas as vendas. E aí ficou comigo o que eu amei fazer aquilo. Aí eu fiz o seguinte, entrei em contato com, por exemplo, a Coca-Cola, que ela me deu todos os refrigerantes para que na época eu fizesse uma passarela tipo a da Queda d'Água, não tanto, colocasse na rua e nós teríamos o desfile do encerramento. Eu pedi na universidade o acervo de quadros do que eles poderiam expor nessas salas chegaram a ter quadros

que foi até o guarda para ficar tomando conta do quadro. Olha se a gente consegue isso hoje, tirar um quadro do acervo da Universidade. É fantástico.

Regina Kaiser

39:47

O lançamento do Ricardo Dick, o livro do Ricardo Dick, que a Isabel, que na época era governo Júlio Campos, a Isabel Campos foi madrinha, As salas eu preenchi com artesões. Então, pintor, .. Cerâmica. Eu não tinha muito tempo em Cuiabá, mas já tinha descoberto todas essas coisas. Então, eu consegui preencher uma coisa, porque era muito difícil. Não poderia contratar alguém para dar show, para fazer nada. Você tinha que fazer aquilo que desse. Olha, esse foi o meu maior desafio. E aí, a minha... Final da coisa, quando no outro dia eu cheguei na agência, tinha buquê de rosas para mim. O Mauro dizendo parabéns pelo seu trabalho. falei, já sou publicitário. Agora eu já sou. Agora eu ganhei.

Regina Kaiser

40:44

E o Paulo Lomba, que tinha o Taikon, uma produtora fantástica, ainda não era tão fantástica naquela época, mas já era, né? Ele falou assim, olha, Regina, eu quero falar uma coisa para você. Eu não acreditei que você ia ter condições de fazer isso, mas eu tiro o chapéu. Com esse aval, eu não tinha outra coisa para dizer assim, eu vou enfiar a cara, eu vou montar a minha agência. O Mauro teve um período que ele teve que assumir a Casa Civil, no governo. E aí, de repente, eu me vi tomando providências, Zé Dorileo, Osmar me ajudando e a gente administrando a agência. Isso foi muito bacana, a confiança que ele tinha na gente, e que a gente tinha prazer em fazer aquilo, porque ele também, isso que eu estou falando para você, ele tem uma metodologia diferente para ensinar.

Flávio Prates

41:47

Então, traduzindo uma grande contribuição, você acha que foi essa liderança positiva?

Regina Kaiser

41:53

Sim. Sim, sim. Ele também, ele também tinha uns saques, assim, uma coisa que ele não faz, ele não fica falando muito, mas ele devaneia, né? Ali você tem que captar a coisa e, senão ele fala assim. Não, mas isso aí ele começa a andar a falar, ele não é de sentar e ficar explicando, assim, não é Mauro fazer isso. Você tem que ser ágil para pegar. E nós conseguimos acompanhar. Então, acho que foi isso que foi o pulo do gato.

Flávio Prates

42:34

Regina, e a sua própria contribuição, qual foi? A contribuição de Regina Kaiser para o mercado publicitário, para a consolidação do mercado publicitário. Você pode contar sua trajetória, sua contribuição para o mercado publicitário de Cuiabá, de Mato Grosso?

Regina Kaiser

42:56

Eu, depois disso que falei para você, do trabalho na MCA, que não é apenas uma questão de fazer o atendimento, como produção, eventos. Eu fiz, né como esse do Shopping. Na agência, eu criei, por exemplo, eu tinha uma equipe de recepcionistas uniformizadas. Então, quando eu ia fazer algum tipo de trabalho que precisava, eu já tinha equipe. Então, aí isso foi diferencial. Criar o evento. O fato de você ter conhecimento com fornecedores. Então, por exemplo, um bufê, uma decoração, eu fazia. Então, eu não só agência em relação a atender a parte publicitária, divulgação do produto, a gente tinha sempre um plus. Então, eu acho que isso aumentou. Inclusive, eu tenho, por exemplo, eu tenho uma menina que foi, que ela começou com dezessete anos, ela foi me pedir ajuda para trabalhar e eu coloquei nesse mercado fazendo esse trabalho de eventos.

Regina Kaiser

44:22

Hoje é uma profissional que tem a sua empresa, ela faz checklist como ninguém, Por exemplo, eventos que eu atendi há muito tempo na Unimed, fizemos evento no Hotel Mato Grosso para 1.200 pessoas boas-vindas de todas as partes do Nordeste, jantares e palestras com vários palestrantes que vieram de fora. Aniversário da Unimeds. Então tinha desde um jornalista fazendo a cobertura e já tinha uma máquina já imprimindo e o palestrante, quando chegou lá fora, já recebia o jornal. Isso aí, para mim, naquela época, foi o máximo, foi o primeiro que foi feito. O checklist com o pessoal que você buscava no aeroporto. Hoje, falando isso, muita gente vai dizer, sabe, mas você, por exemplo, eu sei que está entendendo. Porque nós não temos isso. Aquela coisa certa, o horário do voo, e aí demora o voo, aquela coisa toda essa dinâmica.

Regina Kaiser

45:40

A gente começou a fazer, então eu tenho certeza, porque essa empresa que eu estou dizendo que eu incentivei, essa menina hoje, dela tem milhares aqui em Cuiabá, milhares de pessoas que fazem esse trabalho, não tinha. Porque, na verdade, a gente não era só fazer publicidade, não era só anúncio, vídeo, não. A gente dava uma assessoria completa. Tinha assessor de imprensa ligado. O Mauro, por exemplo, assessoria de imprensa, ele sempre priorizou muito isso. Essas coisas todas, o crescimento, por exemplo, a Encol foi uma conta que já tinha sido da MCA com a Trese Imobiliária. E depois houve um afastamento, ficou para Goiânia a conta, e quando eu abri, eu pedi para atender só a mídia da Encol em Goiânia. E fiquei fazendo, mas por dois meses eles passaram a contar para mim.

Regina Kaiser

46:46

Então foi assim também, porque a Encol, ela fez um projeto e lançou aquele projeto. No mesmo dia vendia todos os apartamentos. O mercado, a vertical pegou de uma maneira que as pessoas...

Eu me lembro quando eu vim para cá, todo mundo fazia casas, eu mesma. Fiz uma casa. Acabou. Ninguém queria fazer casa, todo mundo alugando as casas. Então foi uma mudança que nos favoreceu, porque aqueles anúncios de página inteira...

Flávio Prates

47:24

Então a gente pode traduzir como, além de ter sido a primeira mulher que fundou uma agência de propaganda, uma das suas contribuições foi dotar de profissionalismo essa área de eventos, no mercado de Cuiabá e Mato Grosso.

Regina Kaiser

47:45

Perfeito. Perfeito. Tanto que eu montei depois uma empresa, dentro da RKF, era a K2. Mas não pegava falar K2, a gente era RKF, era RKF. Pegou.

Flávio Prates

47:59

O braço de eventos, vamos dizer assim.

Regina Kaiser

48:03

Isso, isso. Mas aí a gente continuou atendendo, congressos, simpósios, tudo. Nós fazíamos de tudo. Encontro dos médicos, porque as contas... Por exemplo, Atacadão. Quando inauguramos, o Atacadão era lá no Tijucal, aquele do Tijucal. Veio a família Lima. Você faz uma ideia na parte da frente, jantar para todas aquelas pessoas, com a família Lima tocando. Quer dizer, olha só que evento! Hoje você não tem condição de fazer negócio desse, tem que ser uma empresa com muita cara. O lançamento, a Pepsi esteve aqui, e os diretores da Pepsi, o lançamento da Long Neck no

tênis clube, Fantástico! Eu fiz umas lembranças que ajudei o pessoal a fazer. Umas garrafinhas da Longneck, uma lampadazinha dentro da pilha, escrita o nome da coisa e botei em cima de cada mesa. Show! Todo mundo adorou.

Regina Kaiser

49:13

E eu estava sentado, o pessoal fazendo, porque eu estava em cima da hora e não estava pronto em todo o mundo. Para você ver como é quando a gente ama. Vamos dizer que tem prazer em fazer. Não existe isso. Vou te contratar fulano. Você gosta de participar. Então, eu acho que essa maneira, o que eu posso dizer é a maneira como eu sou. Eu acredito que eu tenha influenciado positivamente para muita gente. Muito mesmo.

Flávio Prates

49:47

Regina, além de você, do Mauro, Na sua opinião, quais foram os principais nomes da publicidade que ajudaram na consolidação do negócio de propaganda em Mato Grosso?

Regina Kaiser

50:03

Eu acho que todos esses que eu falei agora com você, todos aqueles que surgiram que montaram sua própria empresa, seja ela pequena, seja ela grande, seja ela que cresceu, seja ela que saiu, evoluiu todos de alguma maneira, todos. Eu acho que nós não podemos fazer diferença. Cada um com aquilo que sabe mais. Houve movimento, porque na época não tinha esse movimento. Tinha o pessoal da televisão, com a produtora. Produtoras? Não tinha produtora. No período que eu montei a minha, já começaram, quer dizer, tudo que a gente aprendeu na MCA, que a MCA passou as necessidades, as carências do mercado, elas foram dando continuidade e buscando realmente essa questão de, você lembra, a gente pegar fita para mandar para São Paulo, eu atendo a Chevrolet, na questão do marketing regional. Então, ela subdividiu o país em regiões.

Regina Kaiser

51:26

Eu fui para Salles, fui coligada com Salles Vendas, e ela dividiu por regiões. E nós ficamos com Porto Velho, Rondônia, Pará, Cuiabá e Mato Grosso do Sul. Então, a gente tinha que atender aquilo, varejo. E isso aí era difícil. Então tinha umas fitas que você precisava mandar para esses lugares. O layout do anúncio você tinha que mandar. Então o tempo, porque se o avião atrasasse, tinha que ter alguém Nessa época, um rapaz, japonês, que eu não me lembro do nome dele, começou a prestar serviço em pegar o material e levar e despachar para a gente. Foi mais uma coisa que cresceu. Era fantástico. Ele vinha, pegava tudo e já levava, porque a gente tinha que colocar funcionário esperando o voo para poder despachar. Então, a mudança foi muito boa. Eu não sei o que mais eu estava falando.

Flávio Prates

52:34

Não, mas perfeita a sua resposta. Podemos afirmar que a geração de publicitários que atuaram na MCA Propaganda naquele período, e que foram citados no anúncio de 10 anos, foram os principais responsáveis pela consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso ou essa informação é exagerada?

Regina Kaiser

52:59

Eu falei agora mesmo pra você que eu acho que todos que estavam ali é como se deveriam ser colocados na sua pedrinha, independente do que estava fazendo ali, entendeu? Era uma alegria. Por exemplo, na minha agência, teve um dia que a gente ia fazer um anúncio pra Várzea Grande, que era aquele, colocar os alevinos, né? Não Rio. É alevinos mesmo?

Flávio Prates

53:38

Sim, sim.

Regina Kaiser

53:38

Do Peixe...

Flávio Prates

53:40

Isso mesmo.

Regina Kaiser

53:41

Aí, nós tivemos uma reunião, sentamos tudo, porque é assim que era na MCA também. A copeira, a faxineira, todo mundo sentou, vamos dar ideia. A menina que trabalhava no café, ela colocou, salve o peixe, salve o rio Cuiabá. O cliente aprovou de cara, fizemos uma coisa mais linda, um peixe. Entendeu? Então, não tem como dizer, fulano, tá certo, tem uma pessoa que ela teve mais oportunidade de mostrar sua criatividade. Nos anúncios, por exemplo, se você passa o texto, a ideia do anúncio, um profissional de arte, aquele que captar melhor a sua ideia, o anúncio vai ficar melhor, porque, às vezes, não entra na cabeça. Você fala, mas eu não consigo captar isso. E todos ali eram rodízios. Então, eu concordo. O MCA, para mim, sou um pouco.

Flávio Prates

54:54

Há algo de relevante ou algum fato importante que você gostaria de mencionar sobre aquele tempo, tanto do MCA quanto do RKF? Enfim, esse período histórico do mercado publicitário. E que,

levando em consideração essa consolidação, e que por acaso eu não tenha lhe perguntado, tenha passado em branco, que você não tenha dito o que você quer expressar, algo que não foi dito.

Regina Kaiser

55:33

Eu sei que depois vou começar a lembrar. Mas agora falei tanto, fui e voltei lá atrás.

Flávio Prates

55:41

Muito rica, muito rica, sua entrevista.

Regina Kaiser

55:45

É uma coisa assim... A minha vida, depois de ter trabalhado na RKF, mudou. Eu simplesmente virei uma empresária, transformei-me numa empresária, conquistei várias contas, UNIC, por exemplo, todas elas atendem. Quando fechei a agência, eu tinha 15 anos de Chevrolet, 15 anos de UNIC, 10 de Unimed. Então, eu me sinto assim, eu me realizei. O que acontece? Quando começaram a formar alunos, colocados no mercado, já houve uma mudança no comportamento daqueles que saíram e nós que estávamos habituados a trabalhar de uma forma. Vender, pegar uma gráfica e mandar. O cara já foi contratado na gráfica, ele fez o layout ali, já ia direto, já imprimia tudo. O vídeo não é uma coisa. E nós não temos ainda mercado que entendesse tanto da importância de você divulgar seu produto.

Regina Kaiser

57:06

Ainda tem, ainda tem muita gente que sabe, mas eu estou gastando dinheiro. Aí aquele velho chavão nosso, o senhor vai investir, né? Então, com essa saída, com esse monte de profissionais na área e com essas mudanças da tecnologia, eu preferi sair do que ser saída. Eu prefiro e falei,

olha, eu trabalhei muitos anos, eu trabalho desde 13 anos, tem dois anos agora que eu parei. E eu quero voltar, mas não é isso aí. Coisas mais leves, porque agora eu já não posso mais querer essas coisas. Mas foi uma mudança muito grande que a MCA colocou nesse mercado de Mato Grosso, de Cuiabá. Eu me sinto muito amada... Sendo assim? Posso falar.

Flávio Prates

58:13

É exagero dizer que Mauro Cid foi o pai da publicidade matogrossense ou essa filha tem vários pais e várias mães?

Regina Kaiser

58:25

Eu já estou falando que quando Mauro Cid ver isso, ele vai falar assim, a Regina encheu muito a minha bola. Aliás, tem uma coisa que eu vou te contar, que ele me denominou. Pode, ele vai falar. Disse para mim, você é melhor nas relações públicas que tem em Mato Grosso. Tenho mais esse título. Então, Mauro Cid faça o favor de voltar aí e fale para o Flávio. Você não vai pensar que é exagero, não é? Porque eu, como sou comunicativo, e tenho uma coisa que isso eu implantei também com os meus clientes. Aquela assessoria pós-trabalho. Não é só você conquistou, o cliente pediu o produto, você entregou e tal. Aí vamos ver o pós. E convidar, e agradar com... Nunca esqueci de dar um presente para a esposa do cliente.

Regina Kaiser

59:22

Aquilo que eu te falei logo no começo, saber que time que ele torce e tudo. Isso é meu. Isso é nato. Eu não fiz escola. A minha mãe era uma pessoa muito simples, extremamente simples, e ela era muito gentil com as pessoas. E eu achei muito bonito aquele carinho que a minha mãe tinha com alguém que fazia alguma coisa para ela, que dava alguma coisa a ela retribuía com alguma coisinha. E eu acho que isso foi o motivo que eu botei para fora. As meninas falam assim, já sei, mãe, Você não foi lá, a pessoa não te atendeu, fora do horário. Poxa, dá telefonema para ela, pergunta se está tudo bem, obrigado. Então, eu sou assim.

Flávio Prates

01:00:17

Mas, enfim, é exagero chamar o Mauro de pai da publicidade ou não?

Regina Kaiser

01:00:23

Mas eu estava falando para você, eu já enchi tanta bola do Mauro aqui, quem vê esse vídeo vai falar assim, gente, mas eu não tenho dúvida, não tenho dúvida, porque tudo começou ali. Tudo começou da forma simples, sem ditatorial, você tem que entrar na hora. Outra coisa que eu trabalhei no Rio, com vendas há muito tempo. Então, você não sabe, mas as pessoas tinham que cumprir os horários. Ele não tinha que cumprir o horário. Às vezes ele chamava a atenção de alguma pessoa, mas era muito amigo. Então, eu acho que nós, tivemos a felicidade, encontrar uma pessoa que nos passou conhecimento, nos deu oportunidade de aprender e desenvolvermos também o nosso trabalho baseado naquilo que aprendemos.

Regina Kaiser

01:01:36

Eu só tenho que dizer que não tenho a menor dúvida e acho que todos os meus colegas aí que passaram por lá também devem pensar dessa forma.

Flávio Prates

01:01:49

Regina, agora um depoimento meu, queria muito agradecer a sua participação, dizer que se o Mauro Cid é o pai da publicidade de Mato Grosso, existem muitas damas, mas na minha modesta visão você é a primeira dama da publicidade de Mato Grosso.

Regina Kaiser

01:02:12

Essa eu nunca tinha ouvido, pelo amor Deus!

Flávio Prates

01:02:16

Afinal de contas, foi a primeira mulher a montar a primeira agência. A se tornar a primeira empresária do ramo de agência de publicidade no Mato Grosso, então nada mais justo de que você, se o Mauro é o pai, você é a primeira dama da publicidade do Mato Grosso. E minha gratidão por isso, por tudo que você fez pelo nosso mercado e por essa participação maravilhosa, por essa história tão rica, que você pode trazer, que contribui com o trabalho. Muito obrigado, do fundo do meu coração. Chego a estar um pouquinho emocionado. Muito obrigado mesmo.

Regina Kaiser

01:02:55

Eu também. Eu agradeço muito, Flávio, porque é presente que Deus me deu, sabe? Vindo para cá. Eu não tinha nunca ideia de que ia acontecer uma coisa assim comigo. Eu vim com o meu irmão, sem conhecer a terra, vim, casei aqui, me separei e continuei aqui, não quis voltar para o Rio, porque eu já estava com a minha agência, eu criei raízes aqui. E dentro dessa profissão, quer dizer, fui descoberto, eu descobri uma coisa que eu tinha condições de fazer e eu não sabia, nunca pensei nisso. Então, indo para MCA, agradecendo a Vanessa também, que eu não posso esquecer que ela foi uma amiga muito bacana. E o Mauro por ter me dado uma oportunidade. Eu hoje sou uma mulher realizada. O trabalho que eu fiz, me sinto muito agradecida. Valeu muito. Eu me emocionei...

Flávio Prates

01:04:14

Muito obrigado pelo depoimento maravilhoso que você deu. Muito obrigado. Eu vou parar a gravação e a gente continua mais um pouquinho, tá?

Regina Kaiser

01:04:23

Tabom.

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM VALÉRIA DEL CUETO

Flávio Prates

00:01

Oi, Valéria, tudo bem? Como vai? Tudo jóia? Ótimo. Eu só queria fazer aqui uma introdução. Nós estamos aqui para te agradecer, inclusive. Por essa participação nessa pesquisa que a gente está fazendo, que tem o título de A Consolidação do Mercado Publicitário em Mato Grosso, uma história contada, o caso do MCA Propaganda, a escola antes da escola, que analisa período histórico da publicidade em Mato Grosso entre 1979 e 1989. Com orientação da professora doutora Elza Simões, na Universidade de Fernando Pessoa, na cidade do Porto, em Portugal. Então, queria muito te agradecer essa oportunidade, essa disponibilidade de ter como participante dessa pesquisa. Inicialmente, eu queria pedir para você fazer a sua identificação e, em seguida, a gente começa já essa entrevista. Fica à vontade, Valéria, por favor.

Valéria Del Cueto

01:11

Eu sou Valéria Del Cueto, Sou cuiabana e mato-grossense por direito, porque eu ganhei o título. Na verdade, eu sou carioca. Morei em Cuiabá de 1984 a 2000 e alguma coisa, porque nos anos 2000 eu fui, voltei várias vezes. Hoje eu sou jornalista, cronista do Diário de Cuiabá, trabalho por vários veículos de imprensa de Mato Grosso e de outros estados, como colaboradora, e sou formada em gestão de carnaval, sou fotógrafa, fotógrafa no carnaval, e trabalhei muitos anos como técnica cinematográfica também, sou diretora de cinema.

Flávio Prates

02:05

Você estudou publicidade de alguma forma ou em graduação superior a algum curso técnico ou comunicação? Você tem alguma formação nessa área?

Valéria Del Cueto

02:22

Eu tenho meias formações nessa área, porque eu fiz dois anos da UFRJ, de comunicação, E, nesses dois anos, eu fiz alguma coisa de publicidade. Meu pai foi dono de uma agência de publicidade durante curto período no Rio de Janeiro. E, antes de chegar em Cuiabá, eu trabalhei na TV Tupi, na TV Silvio Santos, e fui morar em Uruguaiana. E, em Uruguaiana, Eu fui diretora de jornalismo com 24 anos, 23 anos, e o acordo que eu tinha com a TV para ser diretora de jornalismo era poder atuar em todas as áreas da televisão. Então, de uma certa maneira, eu também passei pelo departamento comercial da TV de Uruguaiana.

Flávio Prates

03:13

Em Cuiabá, você trabalhou na MCA Propaganda?

Valéria Del Cueto

03:17

Trabalhei em vários períodos, sempre de forma temporária, trabalhei em vários projetos do Mauro Cid e da MCA.

Flávio Prates

03:28

Você se recorda o período, o ano que você trabalhou na MCA, mais ou menos, de quando a quando, para a gente posicionar dentro do nosso escopo aqui?

Valéria Del Cueto

03:38

Olha, se eu cheguei em 84, em Cuiabá, e fui para Globo, e fiz a campanha do... Do Dante de Oliveira, em 85. Em 86, então, eu acho que foi o meu primeiro trabalho com o Mauro, talvez tenha sido o primeiro trabalho com o Mauro na campanha do Frederico Campos contra o Carlos Bezerra.

Flávio Prates

04:06

Para a Prefeitura, salvo engano, não é?

Valéria Del Cueto

04:08

Não, ao governo do Estado, em 86. Em 86, na campanha. E aí eu fiz vários trabalhos, porque eu sempre trabalhei com produção. Então eu fiz vários trabalhos em campanhas institucionais, em campanhas da prefeitura de Várzea Grande, quando o Jaime era prefeito também, e tudo isso foi meio embolado nessa época. E, dali para frente, eu nunca mais larguei o Mauro Cid enquanto a gente conseguiu acertar os trabalhos. Sempre trabalhei com ele.

Flávio Prates

04:45

Era essa a pergunta. Você lembra qual era a sua função, seu cargo, sua rotina ali na MCA?

Valéria Del Cueto

04:52

Olha, eu nunca trabalhei ligada dentro da MCA, porque, como eu te falei, eu sempre fui... Para trabalhar bem, eu sempre preciso pensar antes de fazer o trabalho. Então, eu era funcionária da Assembleia Legislativa, eu sempre trabalhei nas TVs, e os trabalhos que eu fazia com o Mauro eram trabalhos além desses todos. Então, eu nunca tive uma rotina dentro da MCA, porque a própria MCA não tinha as ilhas de edição, não tinha parte de equipamento, Então, basicamente, o

Mauro me dava um projeto, vamos falar, por exemplo, desse que eu me lembro que foi bem inicial, que foi o da Prefeitura de Várzea Grande.

Valéria Del Cueto

05:39

Era aniversário de Várzea Grande, então era mês de maio, e ele me dava, tipo assim, dois meses antes, olha, eu preciso de um X de VTs, e me apresentam o que você tem de roteiro, o que você pode propor, e, em cima disso aí, a gente definia como é que esse trabalho ia sendo desenvolvido para a gente chegar numa campanha. Naquele tempo, eu acho que era muito complicado, não tinha muita noção, e o Mauro tinha, porque o Mauro veio da Escola de Propaganda e Marketing, ele tinha curso muito valioso nessa época, ele realmente tinha uma expertise, a ponto de parênteses, quem não fala até hoje dos 40 anos em quatro que ele criou para o governo do Júlio Campos.

Valéria Del Cueto

06:30

Quando eu cheguei, o governador ainda era o Júlio, e, na verdade, eu não trabalhava com o grupo do Júlio, fiz a campanha do Dante. Depois é que eu fui e comecei a trabalhar com o Mauro, e aí eu fui trabalhar em todas as TVs e, paralelamente, fazendo esses projetos com o Mauro. Eu sempre trabalhei com o Mauro na parte institucional. Eu realmente não lembro se o primeiro projeto que eu fiz com ele foi esse de Várzea Grande, que foi projeto muito grande, porque tinha uma particularidade, o Jaime queria falar, no projeto, e a gente tinha problema de forma de se expressar, e essa foi uma das coisas que eu fui chamada, foi para tentar quebrar essa dificuldade que havia de construção de frases e tal.

Valéria Del Cueto

07:16

Ou se foi o projeto de Manso, que eu fiz VT para ele, que foi a peça principal da campanha, que era vídeo, VT que institucional de Manso. Eu me lembro muito desse projeto, que era uma coisa

que basicamente não era muito dentro da minha linha de trabalho, eu tive que fazer esforço muito grande para poder me dedicar a esse trabalho e o resultado foi bem bacana. Eu acho que a MCA, inclusive, ganhou prêmios com esse VT e com essa campanha sobre Manso.

Flávio Prates

07:51

Manso, aqui só pra gente traduzir, a usina hidrelétrica de Manso, que foi construída pela Eletronorte, salvo engano. E se não me falha a memória, talvez você lembre, vocês ganharam prêmio em nível nacional, que era o Prêmio Relações Públicas. E era prêmio que tinha peso extraordinário na época. E isso é verdade, vocês ganharam esse prêmio com essa campanha da hidrelétrica de Manso, não é?

Valéria Del Cueto

08:22

Exato.

Flávio Prates

08:25

Valéria, você já havia trabalhado em agência de publicidade antes desse período na MCA? Você tinha alguma experiência nessa relação, mesmo que produção e tal, com agências de propaganda, de publicidade?

Valéria Del Cueto

08:40

Basicamente já, porque eu já vinha de outras campanhas. Eu queria até fazer parêntese aqui que pode ser muito interessante. As campanhas publicitárias, as campanhas políticas que começaram a acontecer em 1985, elas criaram, e isso é uma teoria que eu desenrolo já faz bastante tempo, elas

acabaram criando um espaço espetacular e não estudado para a publicidade brasileira. Por quê? Porque como todo lugar, toda cidade e todo município e todos os estados tinham obrigação de produzir material para essas campanhas políticas, e era um horário determinado, chegou a ser de uma hora por dia, num período, depois foi diminuindo, passou para meia hora, mas nesse período você tinha como, através das agências de publicidade, fazer experimentos que você jamais teria se você estivesse trabalhando num esquema de publicidade comercial, vamos dizer assim.

Valéria Del Cueto

09:52

Então, assim como a MCA foi uma incubadora de agências de publicidade de Mato Grosso, Eu acho que as campanhas políticas também foram incubadoras que permitiram experimentos espetaculares e que eu não conheço ninguém que tenha se dedicado realmente a estudar o que isso gerou. E o detalhe, não gerou só nas grandes capitais ou nos grandes centros, porque como todas as cidades, ou pelo menos as capitais, nas primeiras, tinham que ter a tal da campanha eleitoral, com horário eleitoral gratuito, aquilo foi espaço de experimento espetacular, ele deu impulso, depois é claro que isso foi tudo... Vamos dizer, englobado, globalizado, as peças começaram a vir prontas. Mas, no início, até a década de 90, até a campanha de 90, com toda certeza, eu fiz a campanha de 90 do governo do Estado, do Luiz Soares, a gente tinha uma...

Valéria Del Cueto

11:01

E depois também, porque eu fiz outras campanhas, inclusive, vários trabalhos foram feitos com o Mauro. A gente tinha a oportunidade de usar aquele espaço como uma forma de experimentar espetacular. E o Mauro fez parte disso. O que eu quero dizer é que o Mauro, além de agência, a MCA, além de ter sido uma incubadora de agências, ela foi uma incubadora de ideias, porque o Mauro não trabalhou só, e a MCA, na parte comercial. A gente também fez muita coisa institucional e de qualidade. Eu, na verdade, eu sempre trabalhei com os institucionais, raramente eu trabalhei com os comerciais, porque os comerciais não tinham recurso, a parte comercial da

publicidade não tinha recurso. Já os institucionais, eles tinham uma verba muito mais razoável para você poder trabalhar como produção, né?

Flávio Prates

11:55

E Valéria, sem contar que é um mercado extraordinário, porque no Brasil a cada dois anos você tem essas eleições em nível municipal, com as prefeituras, vereadores e tal, e depois nos próximos dois anos Aí estadual, deputado, federal e tal, isso também gera renda, empregabilidade, tudo isso.

Valéria Del Cueto

12:25

Mais ou menos, né? Porque o mercado também foi totalmente... Como é que eu vou dizer? Diminuído, no sentido de que você já... As produções já ganharam, já foram muito mais, lucrativas para quem trabalha do que é hoje. Hoje eu não faço mais campanha.

Flávio Prates

12h50

O mercado já não é mais o mesmo, né?

Valéria Del Cueto

12:52

Não. Não é e assim, a qualidade do trabalho diminuiu e se, tipo, os partidos começaram a criar programas para distribuir para ser os VTs iguais em todos os lugares, né? Deixou de ter uma... Exatamente esse... Esse ninho, esse celeiro que foi no início, perdeu essa característica na medida em que as campanhas foram se nacionalizando, vamos dizer assim. Mas no início não era assim. No início você... Eu fiz várias, eu fiz muitas campanhas. Eu trabalhei em campanha de 1985, que

foi a primeira, do Dante, até 2012, que eu fiz uma campanha em Blumenau, de prefeitura em Blumenau. Eu trabalhei em vários lugares do Brasil, inclusive.

Flávio Prates

13:46

A campanha do Frederico Campos para prefeito, quando ele sai de terceiro e ganha a eleição contra Roberto França, se não me engano, você participou?

Valéria Del Cueto

14:00

Eu participei. Eu era a coordenadora de toda a parte de televisão. Foi uma campanha muito especial. Na verdade, ela começou, essa campanha começou em 86, quando o Bezerra era o candidato PULI10, e na véspera da campanha, acho que se chamava ADM, eles lançam o grupo do Júlio e do Jaime, eles lançam a candidatura do Frederico a governador, mas já se sabia naquela campanha que era uma campanha de posicionamento, a gente sabia que estava fazendo uma campanha de posicionamento, que não tinha nenhuma chance objetiva contra o Carlos Bezerra. No caso da campanha da prefeitura, a conversa já foi outra. A gente entrou, eu fiz toda a parte de televisão, eu era coordenadora de uma equipe valorosa, louca, porque a gente não tinha nem base.

Valéria Del Cueto

15:13

Nós trabalhamos nos fundos, você entrava na TV Brasil Oeste, a TV Brasil Oeste, que na época era, talvez, não sei se ela era da manchete, você entrava, passava pelo meio dos equipamentos, aí no fundo dos equipamentos tinham mais duas salas, que a gente chamava de covil, e foi lá que o Mauro reuniu esse pessoal, essa equipe, com detalhe, o Mauro sempre foi cara que tinha uma característica maravilhosa, ele deixava você montar a sua equipe. Antes de ir para a campanha do Frederico, eu fui trabalhar, eu cheguei a conversar e trabalhar na campanha do França. O França era polidez, ele ia ganhar a campanha. Não tinha nem dúvida, só dava ele.

Valéria Del Cueto

16:07

Mas quando eu fui trabalhar, e eu na época, eu tinha relacionamento com deputado do MDB que era ligado ao França, que era o Luiz Soares, e aí quando o França começou, o França me chamou para fazer a campanha, só que tinha um problema, o França, que era radialista, dizia que a campanha que ele que ia escolher quem trabalhasse abaixo de mim. E isso era uma coisa que na minha concepção de profissão e de campanha política não ia dar certo, porque era muito complicado você trabalhar com uma pessoa que você fosse chamar atenção ou fosse pedir redirecionamento e que pudesse entregar, enfim, tem uma outra relação mais poderosa que era do França, aí eu agradei o convite e falei, ó, França, eu vou ficar fora da campanha. E aí o Mauro me chama, Valéria vem fazer a campanha do Frederico.

Valéria Del Cueto

17:06

Eu falei, isso vai dar ruim. Fui no Luizinho, falei, Luizinho, campanha do França.

Flávio Prates

17:11

Luizinho Soares, deputado.

Valéria Del Cueto

17:14

É. Aí o Luizinho, que sempre foi maravilhoso também nesse ponto, falou, não, Valéria, pô, é com o Mauro, Você já trabalhou com ele, você gosta de trabalhar com ele, vê aí o que você vai fazer, que eu não vou meter nisso, não. Se tu quiser ir, eu vou segurar o que tem para ser segurado na relação de trabalho, nossa. Mas você faz o que você quiser. E aí a gente montou uma equipe, que

tinha o Kaká de Sousa de repórter, tinha a Regina Deliberai na redação, tinha o Koka, eu acho que o Helinho, é claro, o Helio Lopes, o câmera que trabalhou a vida toda comigo, que estava junto também, a gente montou essa equipe que ficou trabalhando escondida.

Valéria Del Cueto

17:57

Mas a gente tinha, não escondida porque a gente se chamava de Covil, porque a gente tinha que passar por todos os departamentos para chegar lá naquele fundo da TV e tal. Mas a gente entrou na campanha com uma certeza, a de que, primeiro, ninguém sabia, o Mauro trabalhava com pesquisa também já nessa época, o que não era muito comum lá. Então, a gente já tinha a pesquisa do desconhecimento em relação ao Frederico, e a gente também já tinha uma outra característica, que era uma estratégia louca. Por quê?

Valéria Del Cueto

18:33

Porque o Mauro e o Haroldo Arruda, que eu acho que era o coordenador da campanha, estabeleceram uma estratégia de pegar uma bandinha com o hino de São Benedito, com o Bolinha tocando e andar rua por rua do CPA, porque eles diziam que se eles conseguissem fechar o CPA, conseguissem fazer que o Frederico tivesse uma votação expressiva no CPA, essa votação levaria, não tinha segundo turno, né? Que essa votação faria com que, pela soma lá do Mauro, o Frederico estava encostado, estaria encostado com o França. O França começa a campanha dele, certo que ia ganhar, o elevador da vitória subia, o elevador da vitória subia, o elevador da vitória subia, e a gente lá ramerrando na nossa campanha. O outro candidato que tinha, se eu não me engano, podia ser o Bonilha, que a Valéria Oliveira fazia a campanha também.

Valéria Del Cueto

19:42

E aí a gente preparou uma peça baseada no que tinha acontecido na campanha de 86 da Prefeitura, do governo do Estado, tá? A gente falou, uma hora alguém vai dizer que o Frederico nunca fez nenhuma obra em Cuiabá. Então, nós preparamos junto, tinha outra pessoa, o Vandoni, Rômulo Vandoni. O Rômulo Vandoni entregou, fico até arrepiada, ele entregou uma relação de todas as obras que o Frederico já tinha feito em Cuiabá, quando ele tinha sido governador. E era uma relação enorme. E a gente segurou e começou a fazer vídeos de 30 segundos, curtos, dizendo o que o Frederico já tinha, quais eram as obras do Frederico. O slogan do Frederico era, eu me lembro da música, Frederico, Cuiabá tem solução. A certeza está na sua administração. E a gente tinha esse motezinho. E aí a gente ficou esperando. Por quê?

Valéria Del Cueto

20:53

Porque aí o candidato do MDB... Talvez fosse o Meirelles. O Meirelles contra o França. E os dois começaram a se pegar, o França e o Meirelles. O Meirelles... Com o PMDB, a Valéria Oliveira era campanha do Meirelles, o França, com esse negócio, ele tinha uma musiquinha da Xuxa, mas eles começaram a bater um com o outro. E um dia, finalmente, alguém olhou e falou, mas o Frederico está aqui perto. E aí, numa participação, a Valéria Oliveira coloca uma roupa, sei lá, de cigana e diz onde estão as obras do Frederico Campos. Quando ela botou isso lá, a gente veio em cima, porque aí tinha obra, obra, ele tinha feito... Não sei nem te falar, porque era muita coisa. E a gente foi indo. Outra coisa, a gente nunca atacou os candidatos diretamente, a gente fazia paródias musicais.

Valéria Del Cueto

21:56

Estou te falando, voltando para a história de você testar material. Então, a gente tinha musiquinhas infantis, quando a gente queria bater, Em Alguém, a gente tinha uma musiquinha infantil, tipo... Como é que era? O Dante brigou com França Por causa da prefeitura O França deixou partido Do Dante na cara dura E aí vai, tinha outra. O Meirelles diz que fez a BR-163 É mentira do Meirelles

para enganar vocês mas o povo não é bobo e o Meirelles não tem vez, o Meirelles não tem vez, olha o grau.

Flávio Prates

22:44

Isso era o Vinagre que fazia? Era o Vinagre que fazia isso?

Valéria Del Cueto

22:49

Não, não, não, não, tudo isso na nossa produção de TV.

Flávio Prates

22:53

Vocês mesmos.

Valéria Del Cueto

22:54

Tudo isso nós lá na escritura, lá, cara.

Flávio Prates

22:57

O que eu ia te perguntar era assim, como que era trabalhar em uma agência de propaganda ou como produtora, enfim, trabalho de vocês, em Mato Grosso tão distante, na década de 80, 1984, 86. Como foi essa epopeia? O que você pode contar disso? Tipo, assim, as adequações que vocês tinham que fazer? Enfim, como que era essa loucura?

Valéria Del Cueto

23:33

Olha, eu posso falar da minha parte de vídeo, porque a gente não tinha, na época, existia uma coisa muito sofisticada que se chamava ADO. O ADO era uma coisinha assim, que a imagem estava aqui, ele virava e vinha uma outra imagem aqui. A gente fazia tudo isso de forma artesanal. E aí vai outro nome que foi importantíssimo na campanha, que é o Aquino. O Aquino era o nosso criador de coisas loucas. Então, o nosso ADO era cartão postal, com fiozinho assim, cartão de lado, cartão do outro, e a gente puxava o fiozinho e a imagem dobrava, como se fosse o ADO. Não me lembro como é que a gente parava ela, acho que tinha umas varetinhas embaixo, que a gente parava a imagem... Cara, tudo que você faz de forma digital, a gente fez de forma...

Valéria Del Cueto

24:30

Para poder inventar num digital, a gente criou na forma artesanal. Era uma aventura, mas algumas coisas davam certo, outras não davam certo. Mas, a princípio, havia, sim, empenho bem bacana e muita criatividade. Não só aí, como também é importante falar, eu vou falar mais uma parte da televisão, não existia edição não-linear ainda. A edição era linear. Então, se você errasse uma coisa na edição, no início do teu VT, você tinha que fazer o VT todo de novo. Você não guardava as marcações. E o que ensinou a essa galera e a minha, até hoje eu sou muito psica nisso, a indexar. Eu decupo e indexo tudo. Pra, pelo menos, na hora que eu tô na ilha de edição, eu achar rápido o que eu tô procurando. Em vez de gastar horas de ilha, para procurar o material.

Valéria Del Cueto

25:30

Quando eu procuro o material, eu tenho uma lista na minha mão de todas as marcações, de todos os time codes até hoje. Eu trabalho assim. Isso é ótimo para a memória da gente também, porque a gente sempre sabe onde é que está e o que tem. Depois, isso foi sendo sofisticado, mas, a princípio, era tudo muito artesanal. E aí, só terminando a história da campanha, o que aconteceu?

Quando terminou a campanha, ninguém sabia quem tinha ganhado. A gente não tinha ideia do resultado. Era uma coisa assim que, pô, sabe? O que aconteceu nessa campanha? Aí eu fui, na época, não tinha ainda as urnas eletrônicas, e isso era contado. As urnas eram contadas no ginásio dom Aquino. E aí eu fui para o ginásio dom Aquino. Quando eu entrei dentro do ginásio, Teoricamente... peraí, o nosso último programa...

Valéria Del Cueto

26:24

Não, dois detalhes do programa que é importante, porque aí vem o que é o Mauro confiar em quem está trabalhando com ele. Uma coisa a gente sabia, que a gente não podia botar a imagem do Júlio Campos no programa, porque o Júlio tinha uma rejeição nessa época enorme, e quando a campanha... Foi ganhando corpo, foi ficando mais legal, começou a ter mais gente, porque aí atrás da bandinha já não andava só o Harolda Arruda e o Frederico e mais ou dois candidatos de vereadores. Todos os candidatos de vereador começaram a fazer essa caminhada, essa coisa maluca de ir todo o dia, o calor de 98 graus, e o povo lá de manhã e de tarde, especialmente no CPA. Depois que eles tinham fechado o CPA, é que eles vieram para o resto da coisa.

Valéria Del Cueto

27:12

Mas a gente sabia que não podia botar o Júlio. Uma pressão horrível, porque aí começou todo mundo, todos os seguidores, os puxa-sacos, a irem lá na televisão querer que saber o que estava acontecendo, o que não estava acontecendo, quando é que o Júlio ia entrar. Isso virou inferno que terminou numa reunião em que eu estava sentada na sala da direção da TV Brasil Oeste, com todos os conselheiros da campanha, todos os especialistas da campanha, e os caras dizendo, não, você tem que botar o Júlio, você tem que botar o Júlio, você tem que botar o Júlio. Eu falei, gente, eu não posso botar o Júlio, porque o Júlio, ele está carimbado, dizem que ele é ladrão. Quando eu falei isso, todo mundo olhou para trás de mim, que eu olhei, quem estava lá?

Flávio Prates

28:00

Júlio.

Valéria Del Cueto

28:01

Júlio.

Flávio Prates

28:02

Nossa senhora.

Valéria Del Cueto

28:06

Falei, e aí Julinho, é ou não é? O Julinho falou, é, faz o que você quer. E aí, meu amigo, sem julgar... E.

Flávio Prates

28:14

Presença de espírito também dele, né?

Valéria Del Cueto

28:17

Ele sabia o que estava em jogo, cara? Quatro anos de prefeitura, né? E assim, a gente tinha uma relação... Eu sempre respeitei muito o Júlio, o Júlio também sempre respeitou muito o meu trabalho. Aí, depois dessa, eu falei, bom, agora eu vou continuar fazendo o que eu tô fazendo. A

eleição foi no dia... Foi no dia 15 de novembro. No dia 2 de novembro era dia dos mortos, e eu tinha que fazer uma cirurgia, e falei para o câmara, falei, olha, vai lá e faz cenas, faz assim, faz a fachada do cemitério do Boa Morte ali, e sai para fora, para mostrar a cidade, o que tinha, fazendo uma história em cima de um dos conceitos que a gente tinha da campanha, que se chamava – isso é do Mauro, e isso é a criação do Mauro – a tal da cuiabanidade.

Valéria Del Cueto

29:10

Nesta época que aparece a cuiabania e a cuiabanidade, porque Cuiabá já estava lotado de gente de fora e todo mundo dizendo que o povo de Cuiabá era preguiçoso, que o povo de Cuiabá dormia depois do almoço, o jeito do povo de Cuiabá falar e o Mauro, na linha que ele me deu, foi de recuperar toda essa história da cuiabania, da cuiabanidade. Uma das peças, inclusive, você estava falando da dificuldade de criar, era uma imagem daquela praça da Mandioca, e a gente botava um arco-íris por dentro da rua da praça. Um inferno para fazer, o Aquino levou um milhão coitado... Detalhes. Cada vez que você fazia uma nova cópia, da fita, do vídeo, essa cópia ia perdendo qualidade. Então, você também não podia fazer dez cópias para chegar no resultado.

Valéria Del Cueto

30:05

Você tinha, no máximo, três passadas, três cópias em cima de uma imagem, para aquela imagem ter uma qualidade razoável. E aí o Mauro tinha essa história da cuiabanidade. Pô, o que acontece? Eu cheia de ponto, era uma cirurgia no dente, eu estava tirando o siso, uma coisa assim. Quando eu olho, em vez da câmara sair, pra fora do cemitério, a câmara passeou durante 15 minutos, o programa tinha 15 minutos todos os dias, a câmara passeou por cima de todos os túmulos e de todas as carinhas. Não tem no cemitério? Falei, a gente vai perder essa eleição. Aí, quando acaba tudo isso, toca o telefone lá em casa, Se eu não me engano, era o Júlio, ou uma pessoa de idade, dizendo, Valéria, você não sabe o que você fez pelas pessoas idosas de Cuiabá. Vocês falam em cuiabanidade e vocês mostraram todos os ancestrais.

Valéria Del Cueto

31:03

Eu juro para você que foi sem querer. Foi o maior sucesso. O Júlio só entrou, então, no penúltimo programa da campanha. E o último programa, A gente pegou o texto do... Como era o nome? Do Chaplin? Do... Luzes da Cidade? Acho que é Luzes da Cidade. O da guerra? Que ele dança com a bola?

Flávio Prates

31:29

O Grande Ditador.

Valéria Del Cueto

31:31

O Grande Ditador. E aí o nosso último programa foi o discurso do Grande Ditador com imagens de Cuiabá e imagens de Mato Grosso. Acabou a campanha, acabou a eleição, fui lá pro tal do ginásio. Quando eu chego no ginásio, vem o Roberto França, todo maravilhoso, meu amigo. Valéria, eu queria dar parabéns pra você, dizer que a sua campanha ficou maravilhosa. O trabalho foi muito bonito, vocês não bateram em ninguém. E eu agradeci, ele ganhou a campanha, está tudo bem, o cara deve estar sabendo que ganhou a campanha. Aí eu saí dali e fui andar, porque eu tinha o crachá de fiscal da ADM. E aí eu cheguei em uma mesa e comecei a ouvir Frederico, França, Frederico, Meirelles, Frederico, França, Meirelles. Eu falei, pô, nós estamos numa mesa do CPA, porque essa mesa está muito boa.

Valéria Del Cueto

32:32

Aí, quando eu encosto, eu pergunto, de que mesa, de que lugar que é essa? A pessoa me respondeu, é do Santa Isabel. Eu fico até arrepiada, bairro tradicionalíssimo, ligado a Dante de Oliveira, ligado,

então, ao coronel Meirelles. Eu falei, onde? Santa Isabel, aí fomos para outro lugar e comecei a procurar outra mesa, que não fosse as mesas do CPA. Cara, quando eu comecei a ouvir a cantada, voltei no França e falei, França, eu quero te agradecer por tudo que você falou para mim, você foi muito legal e agora eu vou te dar uma dica, uma informação. Sai daqui, você vai perder a eleição. E me mandei, e ele perdeu. E a gente ganhou.

Flávio Prates

33:15

Sensacional.

Valéria Del Cueto

33:16

E Mauro Cid assinando embaixo.

Flávio Prates

33:20

Épico. Nessas experiências todas que você viveu com o Mauro na MCA, na produtora, no Covil, a pergunta é assim, você mais aprendeu ou mais ensinou nesse período de MCA propaganda?

Valéria Del Cueto

33:37

Olha, Eu não sei te falar, porque eu aprendi... Posso até ter ensinado alguma coisa, mas eu aprendi coisas que eu levo na vida. A primeira coisa é respeitar a tua equipe e deixar os caras fazerem. Eu sou uma pessoa que tem uma maneira de trabalhar. Primeiro, eu penso tudo que eu vou fazer. Você pode me olhar, eu estou olhando para o ar, você acha que eu não estou fazendo nada. E eu estou com a minha cabeça voltada para o que eu estou fazendo. O Mauro me deu essa liberdade trabalhar assim, ele até me educou mal nesse sentido, porque ele nunca teve essa história de cobrança, de

horário, de não sei o quê, talvez em outras funções da agência, mas na minha parte de criação e desenvolvimento, ele sempre deu uma liberdade muito grande.

Valéria Del Cueto

34:27

Eu aprendi muito com o Mauro e continuei aprendendo, porque dessa campanha do Frederico, Eu fiz pelo menos mais duas campanhas com ele, de prefeito. Eu fiz outros trabalhos institucionais, inclusive esse da UNIC, trabalho na UNIC, porque a UNIC, o Mauro foi o criador, ou ajudou a montar a equipe, do curso de publicidade, do curso de comunicação da UNIC. E ele me chamou para fazer os VTs, na época do... Eu fiz durante muito tempo os VTs da UNIC, porque o Mauro me chamou. E eu, assim, como eu te falei, eu só fiz dois anos de comunicação. Eu fiz dois anos de comunicação, dois anos de administração e me formei em gestão de carnaval. Até a minha faculdade, Eu pulei. Mas, no fim, deu mais ou menos uma faculdade completa de alguma coisa que não existia na época.

Flávio Prates

35:28

Com certeza. Sensacional.

Valéria Del Cueto

35:32

O Mauro foi uma grande escola. Ele, a MCA e outras pessoas que passaram por lá, com quem eu tive o privilégio de conviver também. Mas sempre foi assim, sempre foi um núcleo. O meu trabalho com o Mauro sempre foi uma coisa de ser núcleo, meio à parte, para missões impossíveis, vamos dizer assim.

Flávio Prates

35:52

A pergunta é exatamente isso. É correto afirmar que a MCA Propaganda foi uma espécie de escola de publicidade ou de comunicação naquela época, ou seja, ali entre 79 e 89, já que naquele tempo não havia faculdade aqui em Mato Grosso?

Valéria Del Cueto

36:11

Sem dúvida. Foi uma grande escola, muita gente bebeu daquela fonte, Muita gente passou por lá, algumas pessoas passaram e já saíram montando suas próprias agências. Eu, na verdade, acho que Mato Grosso sempre teve um gap, porque era assim, todas as agências queriam ter suas produtoras, eles nunca entenderam a diferença entre você ser uma agência E você ser uma produtora. Eu sempre tive uma produtora. A minha produtora funcionou de 1994 a 2015. Fui mudando o que eu fazia. Eu produzi cinema, eu produzi os meus projetos como produtora. Eu nunca fui agência. Nunca tive interesse em ser agência. Porque eu acho que as agências ficavam amarradas em... Por causa dessa... Sei lá, eles quiseram, como sempre, em vez de cada ficar no seu quadrado, teve gente que quis fazer tudo.

Valéria Del Cueto

37:12

Aí uma agência da DMD atendia só a produtora da DMD, então foi uma coisa que no mercado, nesse ponto, Eu acho que o Mato Grosso, de uma certa maneira, teve um desvio. Eu não sei se é para o bem ou para o mal, porque eu não tenho como analisar isso hoje, mas que teve, teve.

Flávio Prates

37:36

Eu compreendo exatamente o que você está falando. E a pergunta é, você chegou a fundar ou uma agência, ou uma empresa de comunicação, ou uma produtora, depois que você trabalhou com a MCA?

Valéria Del Cueto

37:52

Eu montei, porque, assim, como eu trabalhei muito tempo com o Mauro, eu montei quando eu já existia. Eu trabalhei, inclusive, paralelamente, porque a primeira empresa que eu quis montar se chamava "E Outras". E quem me deu, e eu acho que guardado até hoje, o rolo, a marca dessa E Outras, foi o Mauro. Falei, Mauro, estou querendo montar uma produtora. Ele falou, e aí dia ele apareceu, era uns selinhos. Com a marca e ele falou não, eu fiz a marca aqui para você e se chamava E Outras, a E Outras eu nunca cheguei a fundar de verdade eu nunca cheguei a criar ela como empresa, mas aí em 94 quando eu saí do governo do Jaime Isso, Jaime, em 94. Aí eu fundei a Del Cueto, assessoria e produção.

Valéria Del Cueto

38:47

A Del Coetro, foi através dela que eu fiz o História Sem Fim do Rio Paraguai, ela fazia assessoria, eu trabalhei para vários órgãos, trabalhei para o Mauro, a Del Coeto trabalhou para o Mauro nas campanhas, pelo menos... Olha, UNIC, a... A campanha do Sucena, a campanha do Murilo Domingos, que eu não fui até o final, acho que nenhuma das duas. E em outras campanhas. A minha produtora trabalhou durante muito tempo, até que, em 2015, eu achei que a situação, que a função do que eu pretendia com ela já não estava mais me atendendo, porque ela começou, foi através da Del Coeto que eu desenvolvi os projetos que eu desenvolvo hoje, que é, entre outros, o acervo Carnevale Rio, que tem 40 mil imagens de carnaval, no fim, eu tinha uma produtora que trabalhava só pra mim.

Valéria Del Cueto

39:43

Aí eu falei, pô, não tem porque ter uma produtora, cara. Mas foi muito bom. E eu não queria mais mexer com assessoria de imprensa. Isso foi definitivo.

Flávio Prates

39:54

Você sabe citar alguma outra pessoa, colegas ou daquele período que trabalhavam na MCA, que chegaram a fundar uma empresa de comunicação, seja uma agência, uma produtora, uma assessoria de imprensa?

Valéria Del Cueto

40:13

O Adriz, a Márcia da DMD, o Dorileo também, o da Época, o Osmar, a Regina Kaiser, todas essas agências vieram depois, o que explica aquele anúncio, porque, de uma certa maneira, a concorrência, quando o Mauro faz aquele anúncio, exatamente para dizer que ele pode não ter criado, ele criou, outros concorrentes para ele mesmo. E aí há, em algum momento, uma pejotização das agências, porque você chegava com orçamento e aí a agência do lado, que na verdade ele não queria ter, fazia orçamento mais barato do que o teu, com outros tipos de benefícios, e aí você perdia o trabalho. Acho que aí a agência do Mauro também perde essa... Porque uma coisa que eu sempre vi no Mauro, o Mauro sempre teve uma qualidade de produção. Sempre.

Valéria Del Cueto

41:17

E é tipo assim, a Valéria, você é uma profissional cara, eu sempre fui uma profissional cara. Porque para mim produção tinha que ter, não era você ir lá e fazer o mais baratinho que você pudesse, você tinha que ter certo cuidado com o que você estava fazendo, e como você estava levando essa mensagem, como o que era, não era só vender varejo.

Flávio Prates

41:44

É exagero afirmar que a MCA pode ter sido, em seu tempo, tipo uma incubadora de agências de publicidade e de empresas de comunicação?

Valéria Del Cueto

41:57

De jeito nenhum. De jeito nenhum. A única galera que eu acho que, no início, tinha condição de concorrer com o Mauro, num outro nível, era com outra perspectiva, não é a mesma perspectiva, não como uma agência. Era a MBC, que era do Malik.

Flávio Prates

42:21

Produtora.

Valéria Del Cueto

42:23

Mas aí é que tá, mas o Malik era o Mauro Cid.

Flávio Prates

42:30

Era Maurinho.

Valéria Del Cueto

42:31

Numa outra história, não estou querendo falar... Bebê, o Mauro era cara que tinha muito estudo. O Malik era cara que tinha talento nato inigualável, tanto que a produtora, eu trabalhei muito tempo,

várias vezes, tanto com o Zé Mota, com o Chacon, a gente fez campanha, fiz as campanhas de, se eu não me engano, a campanha de 86 foi feita na produtora do Chacon e do Malik, que ainda tinha o Malik. Mas eu diria que o Mauro, na questão das agências de publicidade, Ele foi imbatível nessa época. Eu não vejo outra agência que você conseguisse colocar no mesmo patamar do trabalho que o Mauro fazia, não. Depois, nas crias dele, algumas agências se destacaram e tal, mas dentro de outro contexto, não no contexto que o Mauro tinha lá. Ele tinha uma expertise que ninguém lá tinha.

Flávio Prates

43:36

Na sua opinião... Sim. Na sua opinião, qual foi a contribuição do Mauro Cid ao mercado publicitário de Mato Grosso?

Valéria Del Cueto

43:49

Olha, essa é uma pergunta difícil de responder, porque como é que a gente mede essa contribuição? Como é que você avalia, considera o seguinte, quantos anos foram necessários para que você desenvolvesse esse trabalho? Quanto tempo demorou para alguém acordar e olhar para aquilo e dizer, caramba, olha que coisa espetacular? Por que não existe até hoje um trabalho, por exemplo, feito em cima dessa questão que eu te falei do que foi no desenvolvimento da publicidade de lugares como Mato Grosso e como Cuiabá das campanhas políticas? Então é difícil você mensurar isso, e eu acho que quanto mais distanciamento histórico e mercadológico você tem disso, maior vai ser esse valor, maior vai ser a importância do que aconteceu lá naquela época.

Valéria Del Cueto

44:52

E é importante preservar o que existe dessa época, é importante que se valorize ou que se façam acervos, ou sei lá, e é uma coisa que eu tento fazer, porque eu tenho material guardado de toda

essa época, apesar de não ter como manusear isso agora, está tudo aí em Mato Grosso. Mas, assim, o que você tem ali é joia, é joia. Você vai encontrar coisas que só aconteceram depois, em outras circunstâncias, de outra história, de outro mundo. É claro que o Mauro não acertou sempre, como ninguém acertou. Porque ele é humano, porque todo mundo tem falhas. Mas, se você botar numa balança, o Mauro é uma pessoa essencial nesse processo. Essencial e única. Porque eu não vejo... Posso estar sendo... Não, não estou. Não estou sendo injusta com outras agências. Nem com o Geraldo da Z8.

Valéria Del Cueto

45:51

Não, mas eu acho que o Mauro foi um marco dentro disso aí. Ele realmente tem um valor enorme e ele tem que ser reconhecido por esse valor que ele tem, que ele é o cara.

Flávio Prates

46:08

Eu sei que é difícil falar de si próprio, mas e a sua contribuição? Como foi a sua contribuição? Conta pouco da sua trajetória, da sua contribuição para o mercado da comunicação de Mato Grosso, Valéria.

Valéria Del Cueto

46:23

Está tudo guardado por aí. Eu não posso te... Eu não acho que... Eu sempre fui multi, né? É enrolado. Se você falar qual é a minha contribuição, hoje eu faço o quê? Hoje eu faço carnaval e escrevo crônicas. E tenho um privilégio, que é ter parceiros que me permitem, independente do que o mercado define, como já aconteceu, determinadas épocas, por questão... Primeiro, vamos combinar uma coisa, tudo agora depende de verbas públicas. E quando você desagrada como jornalista ou como formador de opinião o que eles consideram que é essencial, eles te isolam. Eu já fui isolada duas vezes e continuo isolada já faz tempo. Mas isso acabou... Tipo assim, é claro

que eu gostaria de estar lá, de estar ganhando dinheiro, de estar dentro do mercado, mas eu tenho meu espaço.

Valéria Del Cueto

47:26

Eu escrevo crônicas, eu escrevo os meus textos, eu faço capas para o jornal, eu falo de carnaval, eu falo do que eu quero no diário do Cuiabá, graças ao senhor Adelino Praeiro e ao Gustavo, que mantém esse desejo do Adelino de me dar esse espaço, que eu nunca fui censurada dentro do jornal. E nunca vi uma crônica minha deixar de ser publicada por nenhum dos órgãos de imprensa, que eu tenho vínculo, vínculo de colaboradora. Circuito do Mato Grosso, blog do Enock, todos eles publicam o material que eu escrevo. Então, eu não consigo medir isso, eu não consigo medir a minha importância. Acho que eu fiz parte de uma galera que, de repente, num determinado momento, teve oportunidades e a gente aproveitou as oportunidades da maneira que cada um quis aproveitar.

Valéria Del Cueto

48:24

Eu defendo ideias, Mauro sempre soube disso, sempre tive ideais, eu defendo as águas, eu defendo o Pantanal, e isso desagrade muita gente. Então, eu não sei te falar assim, do que eu posso te falar. Posso falar da minha atual paixão, que é o acervo Carnaval e Rio. Eu tenho 20 anos de imagens de carnaval, né? Que hoje tem monte de gente fazendo imagem de carnaval, do Rio de Janeiro, das escolas de samba do Grupo Especial, que eu tenho graças ao diário do Cuiabá, porque quando eu resolvi fazer a faculdade, em 2004, de gestão de carnaval na Estácio, você só podia trabalhar na pista se você fosse representante de órgão de imprensa impressa.

Valéria Del Cueto

49:11

E aí eu fui no Diário, eu já era cronista de lá, fui no Diário, E falei com o Sr Adelino, falei, Adelino, eu estou, eu queria só, eu preciso dessa carta, todo ano é uma enchecção de saco dentro do procedimento e tal. Hoje já é uma complicação maior ainda, porque os parâmetros do carnaval estão mudando. Então, eles estão medindo quem está na pista, podendo ter acesso à pista do carnaval, por quem tem, quem é influencer.

Valéria Del Cueto

49:43

E eu não sou influencer, eu não vivo de likes, eu vivo do que eu vejo, eu não quero me mostrar, isso que você está fazendo aqui hoje é uma exceção, eu acho que eu não apareço na frente de uma câmera há uns 20 anos, porque não é o meu ideal de vida, o meu ideal é o que eu vejo, é o que eu posso mostrar dos outros, é a história de vida, para você ter uma ideia, Flávio, Eu fui fotógrafa durante muitos anos da Mangueira, da bateria da Mangueira nos últimos dez anos, vamos dizer. Eu tenho imagem de gente que era uma toquinho assim, meio metrinho assim, e que hoje é o diretor de bateria da escola. E isso não tem preço. Mesmo que hoje a escola diga, pô, mas você faz sempre... Não importa, porque o que eu tenho, ninguém mais tem.

Valéria Del Cueto

50:32

E é a mesma história em relação à minha vida de Mato Grosso. Eu tenho tudo guardado. Eu realmente tenho apreço, porque eu sei o que isso significa. E dia, assim como você descobriu, pode ser que outras pessoas também descubram, né? Porque o material tá aí. O material existe. E tá se perdendo. Uma das coisas que Mato Grosso cuida muito mal é da história deles. Vou te dar exemplo. O Muxirum Cuiabano. Hoje você fala que o Muxirum tá renascendo. Gente, o Muxirum foi criado dizendo as mesmas coisas que diz agora. A gente avisava. Isso vai dá ruim. Não tem conservação. Preserve a cuiabania. Preserve a cuiabanidade. Eu vou te fazer só uma pergunta. Onde estão guardados e arquivados os textos de teatro de Chico Amorim.

Flávio Prates

51:21

Não faço ideia.

Valéria Del Cueto

51:25

O cara que revolucionou, junto com o Liu Arruda, o teatro de Mato Grosso. É porque Mato Grosso parece, apesar de já ter tido programa que falava Mato Grosso tem memória. Mato Grosso não tem memória. Ela não está nem aí. Mato Grosso não tem nenhum cuidado com essa memória. É duro dizer isso, mas é a real. Você é a primeira pessoa que me procura para perguntar o que aconteceu comigo em Mato Grosso. Nada contra, entendeu? Mas eu acho que Mato Grosso tem história.

Flávio Prates

51:57

Devia ser mais frequente, com certeza. Olha só, essa pesquisa tenta entender essa consolidação do mercado, da publicidade em primeiro lugar, mas da comunicação de uma maneira geral. Desde 1984, quando você chegou por essas paragens aqui e ficando bem à vontade, na sua opinião, quais foram os principais nomes da publicidade e da comunicação de Mato Grosso que ajudaram na consolidação do negócio de publicidade, do negócio da comunicação em Mato Grosso?

Valéria Del Cueto

52:43

Olha, eu acho que você tem que dividir entre duas coisas. De novo, a parte de comunicação do varejo, que é uma coisa normal. Você vai lá em Mato Grosso e continua vendo o mesmo anúncio de varejo que tu via lá em 1932. Cartela, duas cenas, uma fala da pessoinha, aquilo lá está do mesmo jeito. Mas você teve uma outra coisa, vou te dar recorde que, de repente, vai acrescentar. Se o Mauro Cid foi chefe da Casa Civil... Espera aí, que eu vou te falar de quem? Do Garcia Neto. Se o Mauro Cid foi secretário de comunicação.

Flávio Prates

53:29

Do... Júlio.

Valéria Del Cueto

53:32

Júlio Campos. E se depois... E eu também tive o privilégio de trabalhar com ele, apesar dele não ter... Eu acho que ele nunca teve nenhuma relação com o Mauro Cid, de trabalho... Paulo Leite, né, cara? E, de novo, por acaso, eu estava no lugar certo, na hora certa. Eu fui a garota propaganda do governo do Jaime, no governo do Estado. E o que o Paulo Leite fez ali, como comunicação institucional de governo, foi revolucionário. Foi revolucionário. A forma com que ele conduziu, tá? Primeiro o Mauro, mas o Mauro num contexto diferente, porque a gente tem que considerar também aí a evolução técnica, né? Que era muito diferente. No governo do Júlio, cara, era aquilo, né, cara?

Valéria Del Cueto

54:27

Equipamento pesando 300 quilos, BVU numa mão, a câmera com 27 quilos na outra, cabo, microfone, não sei o quê, aquela coisa toda, isso foi, houve uma evolução nessa construção. Mas como ideia, como conceito, eu acho que uma das coisas que a gente tem que destacar é o papel, tanto do Mauro quanto do Paulo Leite, porque o Paulo vai sair da Secom, do governo do Estado, que ele arrebenta naquele trabalho, e vai para a Assembleia Legislativa. Eu também trabalhei com ele na Assembleia Legislativa, de novo, como freela, a minha relação era da minha empresa com a Assembleia, não era minha, e a gente criou uma coisa, por exemplo, programa chamado Poder Interativo.

Valéria Del Cueto

55:21

De novo, o Paulo virou para mim e me deu uma missão, eu preciso de um programa que faça com que, VT, sistema que faça com que as pessoas saibam o que está acontecendo dentro da Assembleia Legislativa, e a gente criou, olha a ideia, era assim, durante toda semana a gente colocava no ar um projeto, A Assembleia quer botar acessibilidade nas ruas de Cuiabá. Você é contra ou a favor? Ligue para tal número se você for contra ou tal número se você for a favor. E uma semana depois a gente criava uma nova enquete e saía mostrando a resposta da enquete do capítulo anterior. Gente, a ideia foi ótima. Só que quando deu certo, os 24 queriam ter ao mesmo tempo. E eu dizia, não dá, cara. Não dá pra fazer tudo ao mesmo tempo.

Valéria Del Cueto

56:24

Porque se é um por semana, na verdade, a cada seis meses, você vai entrar uma vez. E os deputados começaram a brigar, porque queria que fosse mais rápido do que o outro. E, pra piorar, E quando o cara botava a ideia dele lá e a ideia levava pau.

Flávio Prates

56:42

Nossa.

Valéria Del Cueto

56:43

É. Então, Paulo Leite também é outro nome que não pode ser esquecido dentro dessa evolução, dessa comunicação, principalmente na parte de campanhas políticas.

Flávio Prates

56:53

Sim, sem dúvida.

Valéria Del Cueto

56:54

Eu acho que... Tem monte de nome. Estou citando o Paulo porque realmente eu acho que é uma... Foi furacão. Furacão não, porque furacão pantaneiro sempre foi meu apelido aqui no Rio e no Sul. Mas o Paulo também revolucionou, e os dois tiveram, assim, especialmente na parte institucional. A qualidade mudou. A régua, a trava, deu um salto. Ela saiu daqui de baixo e foi lá para cima. Mudando.

Flávio Prates

57:26

E já foram coisas muito boas e.

Valéria Del Cueto

57:29

Coisas não tão boas.

Flávio Prates

57:32

sim, sempre tem pontos positivos e algum tropeço é da vida. Mudando então o aspecto da pergunta, podemos afirmar que a geração de vocês daquela década de 80, de publicitários, produtores, jornalistas e tudo mais, e que atuaram na MCA propaganda naquele período, entre outros os que foram citados no anúncio de 10 anos, nós podemos dizer que foram os principais responsáveis pela consolidação do mercado publicitário em Mato Grosso ou essa afirmação é exagerada?

Valéria Del Cueto

58:14

Não, não é exagerada, não. Tirando, assim... Eu vi o anúncio, deixa eu te contar uma coisa, Flávio. Eu tenho esse anúncio guardado até hoje. Porque, para mim, estar nesse anúncio foi.

Flávio Prates

58:32

Uma prova... Para mim também.

Valéria Del Cueto

58:34

Sabe? Isso, para mim, foi uma honra.

Flávio Prates

58:38

Você sente homenageada.

Valéria Del Cueto

58:40

Eu sei o recado que o Mauro quis dar ali. Eu sei. Ele estava mostrando que, com a criação de outras agências, a expertise dele, não que deixasse de ser menos... Menos importante, mas isso se dividia. Ele foi muito generoso. Sem dúvida. Ele foi muito generoso e acho que teve muita gente que também não foi leal com ele dentro desse processo. Não quero citar nomes, porque não tem nada a ver, mas, a partir daí, a disputa das agências mudou. Eu realmente não participo do mercado de publicidade de Mato Grosso, Meu último grande trabalho em Mato Grosso foi em 2009, 2010, em

Mato Grosso, para a campanha do Silval Barbosa, que eu fiquei lá durante dois anos trabalhando para preparar esse material da campanha.

Valéria Del Cueto

59:38

Eu trabalhei ano e meio antes dentro desse trabalho para uma agência, que nem era de lá, E editei o jornal do MDB, fiz os VTs, Mato Grosso, MT Crescimento, escrevi os discursos que o Silval deveria falar. E de lá para cá, eu não posso te dizer o que acontece. Eu só sei que o mercado continua fechado para mim, mas isso hoje não faz tanta diferença, porque eu acho que o Mato Grosso, água do rio, não volta para trás. E o Mato Grosso que eu amei, que eu conheci, que eu preservo, ele não existe mais. Eu acho que como território, como objetivos, não existe. Máximo ali pedacinho da Chapada dos Guimarães, outro pedacinho lá em Cáceres, na beira lá da Água Milagrosa, sabe? Talvez alguma coisa em Barra do Garça.

Valéria Del Cueto

01:00:41

Barra do Garça eu não posso nem falar porque eu não vou lá há muito tempo. Mas aquele meu belo Mato Grosso, eu sou do belo Mato Grosso. Falta uma coisa, eu morei muitos anos em Mato Grosso antes de ir pra Cuiabá. Eu morei em Ponta Porã, eu fui criada em Ponta Porã. Meu pai foi servir em Ponta Porã quando eu tinha seis anos de idade. E eu nunca abandonei Mato Grosso do Sul. Eu tenho amigos, eu frequento hoje, eu vou pra Mato Grosso do Sul e não vou pra Cuiabá. Não que eu não tenha amigos em Cuiabá, mas porque realmente, Primeiro porque tudo mudou. Pra começar, o calor. Eu trabalhava como repórter num carro que não tinha ar-condicionado.

Valéria Del Cueto

01:01:21

O primeiro carro que eu trabalhei com ar-condicionado, em Cuiabá, só pra você ter uma noção dessa diferença, a primeira vez que eu trabalhei com carro com ar-condicionado foi na Blazer do

Jaime Campos. Portanto, foi depois de 1990. Por quê? 91 que ele assumiu, então eu fui trabalhar com ele em 92, que é 92, 93 e 94. Um dia ele virou pra mim e falou, pô, Valéria, você só aparece toda suada, né?

Valéria Del Cueto

01:01:47

Eu falei, o Jaime não tá, é muito calor. E aí ele definiu, ele avisou na governança dele lá, que os dias que ele não estivesse em Cuiabá, a prioridade para o uso da blazer, que tinha ar-condicionado, era minha.

Flávio Prates

01:02:07

Que bacana!

Valéria Del Cueto

01:02:08

De maravilha! Porque eu ia, ficava sentadinha lá na blazer. Eu também, de novo... Qual era a dificuldade do Jaime? A dificuldade do Jaime era uma dificuldade de expressão. Então, qual era a jogada? A cabeça da matéria? Tipo, vai inaugurar o hospital... Não, vamos falar do Pantanal. Vai acontecer não sei o quê no Pantanal... Aí eu falava todo o texto e fazia essa cabeça, Eu nunca saí de Cuiabá, o máximo que eu fui foi a Jaciara, para fazer as cabeças do programa, que ia para o estado inteiro, porque a gente só usava um plano, o meu plano americano, as imagens que vinham do lugar que o Jaime tinha ido visitar, porque tinha uma câmera que acompanhava ele em todos os lugares. E aí, no fim do anúncio do VT, o... O Jaime fechava, falava uma frase e ponto. Então, nesse trabalho, fiquei três anos fazendo.

Valéria Del Cueto

01:03:11

E, cara, eu trabalhei durante anos sem ar-condicionado, trabalhando três períodos, porque eu não era de lá. Então, eu acumulava os períodos, trocava com todo mundo para pegar, trabalhar tipo mês, 21 dias e ficar uma semana de folga para poder ir para o Rio. Aí eu cobrava todo mundo que eu tinha. Trabalhava de substituta e agrupava tudo para poder viajar. Hoje não dá para fazer isso. A última vez que morei em Cuiabá, morei dentro do ar-condicionado.

Flávio Prates

01:03:45

Sim, piorou o calor.

Valéria Del Cueto

01:03:46

Parecia Londres, aquele fog. Então... Eu realmente acho que o mercado de publicidade do Cuiabá evoluiu. A gente não vê essa evolução de fora, eu não moro mais lá, então eu não tenho muita noção de como que esse mercado evoluiu. Agora eu te digo uma coisa, se o Mauro Cid e a MCA participaram como uma das agências pioneiras, se o Mauro Cid trabalhou para fundar curso de publicidade, de jornalismo do...

Flávio Prates

01:04:24

A UFMT da UNIC.

Valéria Del Cueto

01:04:27

Se o Mauro Cid foi para a UNIC e ficou muito tempo também fazendo mega trabalho de abertura, de consolidação do curso da UNIC, você não tem como negar que as ideias dele, que a postura

dele... Mauro Cid foi uma pessoa muito ética, muito ética. Isso é muito difícil. Vamos botar uma régua. Despedar os profissionais, deixar que a gente fizesse as coisas como a gente deveria fazer, e também de falar quando não gostava. estou gostando disso.

Flávio Prates

01:05:02

Franqueza, né? Duas para terminar. Há alguma coisa de relevante, algum fato importante que você gostaria de mencionar sobre esse tempo da publicidade, por acaso passou batido aqui, em particular sobre essa consolidação do mercado?

Valéria Del Cueto

01:05:22

Eu acho que não, acho que eu já fui mencionando.

Flávio Prates

01:05:26

A nossa conversa foi excelente, né?

Valéria Del Cueto

01:05:28

Excelente.

Flávio Prates

01:05:30

E essa pergunta agora eu acho que é o fechamento. É exagero dizer que Mauro Cid foi o pai da publicidade matogrossense ou essa filha tem vários pais e várias mães?

Valéria Del Cueto

01:05:49

Não. Eu acho que pai, a gente só tem um né? O resto é agregado, é padrasto. Eu acho que não é exagero, não. Eu acho que o Mauro... Eu não posso falar do tempo que eu não estive lá antes, mas eu posso falar do que eu tenho nos meus arquivos, do que eu tenho de material de lá. Não, começa com os 40 anos em quatro, do Júlio Campos, do Hominho, que até hoje tem o hominho espalhado, é o que me consta.

Flávio Prates

01:06:22

Sim, tem. O símbolo.

Valéria Del Cueto

01:06:23

Então o Mauro criou marcas, o Mauro criou conceitos, o Mauro criou pessoas, ajudou pessoas a se desenvolver. Ele foi muito generoso durante todo esse período. E no meu caso, eu não posso falar dos outros, mas no meu caso, eu sou leal ao Mauro como o Mauro foi leal a mim. Ele é meu amigo. Então... Foi para ele que eu corri todas as horas que eu precisei de conselho, de ajuda, de medir o que eu estava fazendo. Mesmo no filme, quando eu fiz História Sem Fim, que é... O Mauro me deu um grande apoio. O História Sem Fim do Rio Paraguai, o curta-metragem que eu rodei em 89 e lancei em 2004, É o primeiro filme de Mato Grosso que teve lei do audiovisual, era curta-metragem que teve lei do audiovisual. O Mauro me deu maior força para fazer isso, era tudo errado.

Valéria Del Cueto

01:07:25

Teoricamente, você não teria lei do audiovisual para curta-metragem, você só poderia ter. Eu entrei numa briga no Ministério da Cultura, e o Mauro foi o cara que esteve ali do lado e apoiou e nunca me deixou na mão. Nem quando eu inventava umas loucuras que ele dizia, porra, Valéria, isso não vai dar certo. Mauro, eu quero tentar. Mas ele é o pai da publicidade sim.

Flávio Prates

01:07:50

Valéria, queria agradecer. Legal. Eu queria muito agradecer a sua participação. Dizer para você que em vários momentos aqui eu cheguei a me emocionar com a sua história. Você tem uma história belíssima com o Mato Grosso. Se hoje você está pouco distante, mas eu acredito que você deixou sementes e raízes por aqui. Era agradecer profundamente a sua contribuição com esse trabalho e com a sua contribuição com o mercado de publicidade de Mato Grosso, do qual eu participo ainda. Agradecer muitíssimo. Não tenho palavras para agradecer e para dizer que história linda que você tem com a comunicação de Mato Grosso. Valéria Del Cueto, muito obrigado.

Valéria Del Cueto

01:08:42

Conte comigo, se for pra falar de histórias de Mato Grosso, nesse tempo que eu morei lá e até agora, porque eu continuo te falando, eu continuo escrevendo, leiam as minhas crônicas. Elas estão em vários veículos de Mato Grosso.

Flávio Prates

01:08:54

Sim, sim, com certeza. Eu vou parar aqui pra gente encerrar, tá? Muito obrigado, viu, Valéria?

Valéria Del Cueto

01:09:01

De nada.