

O desenvolvimento do mercado publicitário em Mato Grosso: uma história contada¹

Flávio Prates da Fonseca Neto²
Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT

Elsa Simões³
Universidade Fernando Pessoa – UFP – Porto - Portugal

RESUMO

Este artigo investiga como se deu a estruturação do negócio da Publicidade e a formação 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. A investigação buscou conhecer qual foi o papel da agência pioneira MCA Propaganda e qual foi a importância de seu fundador, Mauro Cid Nunes da Cunha, no fomento mercadológico da área de Publicidade e Propaganda em Mato Grosso, no período entre 1989 até 1990. Constata-se que, ao contar essa história, identifica-se também os principais atores e sua participação no processo de implantação do mercado Publicitário em Mato Grosso.

PALAVRAS-CHAVE: História; Comunicação; Publicidade; Mercado; Mato Grosso.

INTRODUÇÃO

Mauro Cid Nunes da Cunha, 40 anos dedicados à Comunicação de Mato Grosso, fundador de uma das primeiras agências de publicidade de Cuiabá, a MCA Propaganda (1979), ao receber o prêmio “Publicista Latino-Americano” da Associação Latino Americana de Publicidade, durante o 20º Festival de Publicidade de Gramado, em 2015, declarou:

Tive a oportunidade de ensinar o mercado e, ao mesmo tempo, fazer parte dele. Além disso, era um desafio pessoal. Havia a necessidade de ensinar o cliente a fazer publicidade. Compreender o que ela representa.⁴

Em 1989, houve a publicação do anúncio comemorativo aos 10 anos de fundação da MCA Propaganda em jornais de Mato Grosso. O título do anúncio é “MCA, 10 anos. Uma agência que quando não fez escola, fez agências!” A este título segue uma lista de nomes de profissionais importantes que trabalharam na MCA durante os 10 anos

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT08CO – Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 20 a 22 de maio de 2025.

² Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UFMT, email: prates_9@hotmail.com / flavio.neto@ufmt.br

³ Professora da Universidade Fernando Pessoa – Porto – Portugal, email: esimoes@ufp.edu.pt

⁴Disponível em <https://www.olharconceito.com.br/noticias/exibir.asp?id=8158¬icia=com-40-anos-de-experiencia-publicitario-mato-grossense-ganha-titulo-de-publicista-latino-americano-em-gramado> Acesso em 08/01/2024

comemorados. A criação do primeiro curso de Publicidade e Propaganda de Mato Grosso, só aconteceu em 1990. Conforme comprova o Projeto Pedagógico (2017), o curso foi criado:

Em 05 de dezembro de 1990, através da Resolução nº 141/90 do Conselho Diretor da Universidade Federal de Mato Grosso, com o objetivo de atender demanda significativa de formação nas áreas de Jornalismo, Radialismo e Publicidade e Propaganda, para suprir o mercado de trabalho em crescente expansão. O primeiro concurso vestibular foi realizado em março de 1991.⁵

As perguntas que se quer responder com esse trabalho de pesquisa são: onde as agências de publicidade mato-grossenses buscavam, ou formavam, os profissionais para desenvolver o trabalho especializado que prestavam ao mercado antes do Curso de Comunicação da UFMT formar sua primeira turma em 1994?

Descobrir até que ponto o depoimento dos entrevistados confirmará ou não a afirmação de que a MCA Propaganda foi, além de agência, uma escola de publicidade em Mato Grosso e uma incubadora de novas agências no mercado publicitário de Mato Grosso.

Quem são e qual a importância dos atores que estruturaram o negócio de Publicidade, quais os desafios enfrentados para sua implantação e qual o papel da MCA Propaganda e de seu fundador, Mauro Cid, na formação profissional desta atividade em Mato Grosso?

DESENVOLVIMENTO E CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO EM MATO GROSSO

Para compreender plenamente a magnitude da contribuição da MCA Propaganda ao mercado publicitário de Mato Grosso, é necessário um olhar para além dos aspectos técnicos e operacionais de uma agência de publicidade em seu tempo. É preciso mergulhar também nas histórias pessoais e trajetórias individuais dos profissionais que fizeram parte dessa agência, a grande maioria deles tendo aquele ambiente como sua primeira experiência profissional em uma agência de propaganda.

A MCA não apenas serviu como um local de trabalho, mas também, e até principalmente, como um espaço de formação e desenvolvimento pessoal e profissional para muitos, porque não dizer, para todos, dada a natureza dos depoimentos. Os

⁵Disponível: https://sistemas.ufmt.br/ufmt/ppc/PlanoPedagogico/Download/231?_gl=1*1lpb8m2*_ga*MjA2NTAxNjQxNC4xNzE4OTg5MDk5*_ga_1BSMJJE6838*MTcxOTU5Mzg2MC4xMS4xLjE3MTk1OTM4OTEuMjkuMC4w10/01/2024 Acesso em 10/01/2024

profissionais que passaram pela MCA vivenciaram uma era de transformações significativas na publicidade mato-grossense. Eles entraram em uma agência que, na ausência de faculdades de publicidade locais naquele momento, funcionou como uma verdadeira escola das técnicas e da prática cotidiana da publicidade.

A troca de conhecimentos entre colegas, a mentoria generosa de Mauro Cid e a plena liberdade para experimentar novas ideias, criaram um ambiente propício para a busca da inovação. Esses publicitários neófitos não apenas aprenderam técnicas e estratégias de publicidade, mas também desenvolveram habilidades essenciais, sobretudo o manejo da criatividade para vencer obstáculos tecnológicos e estruturais, além de um pensamento e uma atitude empreendedora. Todos trazem em seus depoimentos a afirmação de que aprenderam sobre publicidade no período que lá estiveram, a maioria faz um depoimento entusiasmado sobre estes aprendizados e a evolução que tiveram na profissão. Alguns também revelam que ensinaram, o que corrobora com a tese de que a MCA foi uma escola de publicidade: afinal, escola é tanto o lugar de se aprender quanto o de ensinar.

O papel de Mauro Cid vai muito além da liderança administrativa; ele foi um mentor, um líder positivo, um catalisador de talentos. Sua sensibilidade e visão estratégica, somadas a habilidade de nutrir talentos emergentes, foram cruciais para a construção de uma base sólida para o desenvolvimento, evolução e crescimento da publicidade enquanto técnica comercial e principalmente, enquanto negócio em Mato Grosso. Muitos dos profissionais que tiveram a oportunidade de trabalhar sob sua orientação se tornaram líderes influentes no mercado, perpetuando as lições e a filosofia aprendidas na MCA.

A maioria deles tornaram-se empreendedores, criando empresas de comunicação. Muitas agências de propaganda foram fecundadas entre as quatro paredes da MCA, mas houve também produtoras de audiovisual, exibidoras de outdoor, bureaux de mídia, estúdios de arte, enfim, uma riqueza admirável de ações empreendedoras. Dessa forma, a influência da MCA se estendeu também para a estruturação do próprio mercado publicitário em Mato Grosso. A formação de novas agências e empresas de comunicação por ex-colaboradores da MCA contribuiu para diversificar e profissionalizar o mercado. Essas novas agências levaram consigo os princípios de criatividade, colaboração e superação de desafios que aprenderam na MCA, ajudando a elevar o padrão de qualidade

da publicidade mato-grossense; sobretudo, levaram o exemplo de formador que absorveram de Mauro Cid como seu mestre e passaram, eles próprios, a orientar os novos entrantes no mercado, agora em suas próprias empresas, onde puderam tornar-se, também eles, novos líderes.

O período de 1979 a 1989, quando a MCA Propaganda estava em plena atividade, é considerada uma espécie de época de ouro para a publicidade em Mato Grosso, considerando os depoimentos de muitos dos participantes.

Mauro Cid foi reconhecido como o “pai da publicidade mato-grossense” por todos os entrevistados. A capacidade de liderança e a visão estratégica de Mauro Cid foram fundamentais para a formação de uma geração de publicitários que não só dominam as técnicas da profissão, mas também entendem a importância da inovação e colaboração na profissão, mesmo a maioria deles não tendo frequentado uma faculdade de comunicação.

A MCA Propaganda não foi apenas uma agência de publicidade, mas um verdadeiro laboratório de formação de pessoas e profissionais, cuja matéria-prima, pode-se dizer, eram a liderança e a criatividade. Seu impacto no mercado publicitário de Mato Grosso vai além das campanhas criadas e das agências fundadas por seus ex-colaboradores. A MCA moldou a mentalidade de uma geração de publicitários, ensinando-lhes que a colaboração, a inovação e a busca incessante por superação dos desafios são os principais pilares do sucesso na publicidade, sobretudo em um mercado como o de Mato Grosso, no interior profundo do Brasil. Essa herança ainda continua a influenciar e inspirar o mercado publicitário de Mato Grosso, assegurando que o espírito pioneiro da MCA Propaganda e de Mauro Cid, seu fundador, continue vivo em muitas das campanhas e em inúmeros novos profissionais e agências que florescem hoje nesta região.

CONCLUSÃO

Enfim, ficou claramente demonstrado que a formação dos profissionais se deu pela liderança, treinamento e mentoria empreendidos por Mauro Cid no âmbito de sua agência, confirmando a MCA como uma escola prática de publicidade. Mauro Cid foi um líder pioneiro e formador de pessoas e, junto com seus ex-colaboradores, formam o elenco dos principais atores que consolidaram o mercado de publicidade em Mato Grosso. A MCA, foi de fato, além de escola, uma incubadora de empresas de comunicação, já que a maioria de seus ex-colaboradores fundou suas próprias empresas. Por fim, pudemos

contar um pouco da história da publicidade em Mato Grosso e do Brasil através da história da MCA Propaganda, de seu fundador, Mauro Cid e também da própria história vivida e contada por alguns dos seus ex-colaboradores, hoje admiradores.

REFERÊNCIAS

BARROS, A. A. P. **Da televisão no Brasil ao televisinho em Cuiabá: aspectos históricos e a influência na Cuiabá dos anos 70.** Studio Press e Multicor Editores Associados, 1997.

BONI, V., & Quaresma, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Em tese**, 2(1), 68-80, 2005.

CASTELO BRANCO, R., MARTENSEN, R. L., & PESSOA, F. **História da propaganda no Brasil.** IBRACO – Instituto Brasileiro de Altos Estudos de Comunicação Social/ ESPM/ ABAP T. A. Queiroz Editor, 1990.

JOVCHELOVITCH, S. & BAUER, M. W. Entrevista narrativa. In M. W. Bauer & G. Gaskell (Eds.), **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático** pp. 90-113. Ed. Vozes, 2002.

LÓPEZ, M. S., & LOPES, V. L. L. Vozes de Cuiabá 50 anos após a morte de Vargas. Trabalho apresentado no **2º Encontro Nacional da Rede Alcar**, Florianópolis, SC, Brasil, 2002.

MUNIZ, E. Publicidade e propaganda origens históricas. **Caderno Universitário**, 148, 2004.

OLIVEIRA, D. F. D. Trabalho e cultura em agências de publicidade do Brasil: novas perspectivas. **Tese de Doutorado.** Universidade de São Paulo, 2014.

RAMOS, R. & MARCONDES, P. 200 anos de Propaganda no Brasil. Do Reclame ao Cyber-Anúncio. **Editora Meio e Mensagem**, 1995.

TAVARES, D. P., & LAURA, P. Cuyaba em Annuncios. Trabalho apresentado no **VIII Encontro Nacional de História da Mídia, Rede Alcar**, Unicentro, Guarapuava, PR, Brasil, 2011.

TUNGATE, M. **A História da Propaganda Mundial.** Ed. Cultrix, 2009.

ZARAMELLA, S. M. D. Jornal em Mato Grosso - No começo de tudo, a participação popular. Trabalho apresentado no **II Encontro Nacional da Rede Alcar**, Florianópolis, SC, 2004.

Bibliografia online

Carta de Natal (2019). XII Encontro Nacional da História da Mídia. Rede Alcar. Disponível em: <https://redealcar.org/carta-de-natal/> Acesso em 01/07/2024

OlharConceito

<https://www.olharconceito.com.br/noticias/exibir.asp?id=8158¬icia=com-40-anos-de-experiencia-publicitario-mato-grossense-ganha-titulo-de-publicista-latino-americano-em-gramado> Acesso em 08/01/2024

Pnbonline <https://www.pnbonline.com.br/mauro-cid-o-marketing-nao-transforma-um-politico-mediocre-em-vitorioso/> Acesso em 07/11/2023.

UFMT (2017). Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda. (https://sistemas.ufmt.br/ufmt/ppc/PlanoPedagogico/Download/231?_gl=1*1lpb8m2*_ga*MjA2NTAxNjQxNC4xNzE4OTg5MDk5*_ga_1BSMJE6838*MTcxOTU5Mzg2MC4xMS4xLjE3MTk1OTM4OTEuMjkuMC4w) Acesso em 10/01/2024.