

Diário da Serra

O DIA-A-DIA DA NOTÍCIA

JORNAL DIÁRIO DA SERRA
Propriedade da **AJOTA**
ASSOCIAÇÃO JORNALÍSTICA DE TANGARÁ DA SERRA
CNPJ: 29.464.235/0001-16
ISSN 22386467

REDAÇÃO
DIREÇÃO DE JORNALISMO
Fabiola Tormes Homsí (DRT-MT 1302)

CONTATO
ds@diariodaserra.com.br

Envie Pautas, Fotos Sugestões e Vídeos
para o **whatsapp** do **DIÁRIO DA SERRA**
(65) 3326-4724 

www.diariodaserra.com.br
www.ds.jor.br



DEPARTAMENTO COMERCIAL
PUBLICIDADE ASSINATURA
PUBLICIDADE LEGAL
Associação Jornalística de Tangará da Serra - AJOTA
SERVIÇOS GRÁFICOS
E. Tormes e Cia. LTDA
CNPJ: 14.048.123/0001-07
CONTATO: adm@diariodaserra.com.br
Fone: (65) 3326-4724

ENDEREÇO: Av. Tancredo Neves - 1247 W - Parque
Mansões - 78302-028 Tangará da Serra-MT
Fundado em 11 de novembro de 1996
Edição online desde 06 de setembro de 1997

TIRAGEM:1 MIL EXEMPLARES
CIRCULAÇÃO: Tangará da Serra, Nova Olímpia, Barra do Bugres, Porto Estrela, Campo Novo do Parecis, Sapezal, Denise, Arenápolis, Nortelândia e Santo Afonso.

CENTRAL DO ASSINANTE:   /jornalds
(65) 3326-4724 

CURTAS//

MÉDICO NAS ESCOLAS

O Órgão Especial do Tribunal de Justiça (TJMT) julgou improcedente a Ação Direta de Inconstitucionalidade proposta pelo Município contra a Lei Municipal nº 6.859/2025, que institui o “Programa Médico nas Escolas”. A norma foi criada pela Câmara Municipal e prevê atendimento médico preventivo em todas as escolas e creches do município.

PROTEÇÃO À SAÚDE

O relator da ação, o desembargador Jose Zuquim Nogueira, entendeu que a lei tem natureza programática, sem criar cargos ou alterar a estrutura administrativa do município, e que sua execução dependerá de regulamentação pelo Executivo. Ele ressaltou que a norma reforça o princípio constitucional da proteção à saúde.

IMPLEMENTAÇÃO

Dessa forma, a lei permanece válida, permitindo que o município implemente o programa de prevenção a doenças infantis nas escolas e creches, em cooperação entre Legislativo e Executivo. “(...) cabendo ao Executivo definir os meios de implementação no âmbito da execução orçamentária”, destaca o desembargador, em tese de julgamento aprovado pela Corte.

ARTIGO//

A Psicologia da Venda: o que o cérebro do cliente revela antes mesmo do preço

Nem sempre é o valor que assusta, mas a forma como ele é apresentado. A neurociência tem mostrado que o cérebro decide muito antes da razão entrar em cena e entender esse processo pode transformar completamente a maneira como você vende. Pesquisas recentes comprovam que a ordem das informações muda a percepção de valor. Quando o preço é revelado logo de início, o cérebro interpreta o restante da apresentação como justificativa lógica para aquele número. Já quando o valor aparece no fim, o cliente cria expectativas mentais e, se o número não corresponde ao que imaginava, vem a frustração imediata. De uma coisa é certa: o problema muitas vezes não é o preço que você cobra, mas a história que o cérebro do cliente constrói antes de saber quanto custa. Segundo Daniel Kahneman, Nobel de Economia e autor de Rápido e Devagar: Duas Formas de Pensar, as pessoas não são máquinas racionais que pensam e depois sentem, elas

sentem e depois justificam com a razão. Ou seja, toda venda começa com uma emoção, seja a confiança, clareza, medo ou confusão. Só depois o cliente busca motivos racionais para validar o que sentiu. Mostrar o preço no início, portanto, não é ousadia, é estratégia cognitiva. Isso permite que a leitura das vantagens do produto seja guiada pela curiosidade (“será que vale isso?”) e não pela decepção (“achei que seria mais barato”). O fato é que muitos profissionais pecam ao enviar orçamentos longos, técnicos e cheios de texto, deixando o preço para o final, um modelo quase acadêmico. Na psicologia cognitiva, isso gera sobrecarga mental: quando o cérebro é obrigado a processar informações demais, ele ativa o modo de fuga. É o famoso “depois eu vejo” que quase nunca chega. A dica da especialista é simples e eficaz: clareza visual. Use tabelas, ícones ou comparações diretas entre pacotes. Assim, o cliente sente que está diante de uma proposta transparente e profissional. Outro gatilho psicológico poderoso é a ilusão de controle, conceito descrito por Ellen Langer, professora de Harvard. Oferecer duas ou três opções de pacotes muda o foco mental do cliente. Em vez de pensar “será que eu vou comprar?”, ele passa a pensar “qual desses eu

vou escolher?”. Essa simples virada de chave reduz a resistência e aumenta as chances de fechamento. Como sempre falo, compreender a psicologia da venda não é manipular, mas criar conexões humanas. A venda é uma troca emocional. Quando feita com propósito e verdade, se transforma em conexão, não em manipulação. Aceitar o valor real do próprio trabalho e comunicá-lo com clareza é um ato de respeito, consigo mesmo e com o cliente. Como dizia Carl Rogers, “a curiosa contradição é que, quando me aceito como sou, posso mudar.” Talvez o segredo não esteja em baixar preços, mas em comunicar valor com consciência. Quando se entende o funcionamento da mente, vender se torna mais humano, mais ético e, sobretudo, mais eficaz. E é justamente nessa interseção entre psicologia, propósito e empreendedorismo que eu tenho pautado o meu trabalho. Assim eu sigo a ajudar profissionais e empresas a transformarem a forma de comunicar, empreender e se relacionar com o cliente, de dentro para fora.

Tabata Mazetto, psicóloga e aromaterapeuta



FINADOS CONVIDA À REFLEXÃO SOBRE O AMOR E A MEMÓRIA

Missas, momentos de reflexão, espaços de acolhimento, serviços sociais e atividades especiais farão parte do dia 02 de novembro no Memorial Santa Cruz, Jardim da Paz, Memorial dos Pioneiros e no Distrito de Progresso.

Com o tema “O amor que deixamos no outro é o que nos torna eternos”, a Univida Santa Cruz convida a comunidade a refletir sobre a força do vínculo afetivo, que ultrapassa o tempo e transforma a saudade em lembrança viva.

A proposta nasce do conceito de Educação para a Morte, que busca ensinar a lidar com as perdas de forma mais humana, consciente e serena, entendendo a morte como parte natural da existência.

“Falar sobre a morte é, na verdade, uma forma de falar sobre a vida. O amor que cultivamos é o que continua nos outros. A morte não encerra o vínculo, mas transforma-o em lembrança, em legado e em presença emocional”, observa Greici Mara da Cruz, da direção da Univida Santa Cruz.

Durante todo o dia 2 de novembro, a empresa promoverá ações de acolhimento, escuta e espirituali-

FOTO: DIVULGAÇÃO



dade, voltadas a confortar as famílias e valorizar a memória dos que partiram. Mais do que uma programação, trata-se de um gesto simbólico de cuidado emocional e da vida, em um momento de reflexão coletiva. “A Univida acredita que é possível transformar o luto em aprendizado e reconexão”, reforça Greici.

A programação acontecerá no Cemitério Parque Memorial Santa Cruz (7h e 16h– Missa; 09h – Momento Espírita; 10h – Celebração Adventista; 15h – Momento Batista da Vila), Jardim da Paz (Missa às 6h e 8h), Memorial dos Pioneiros (7h – Missa) e no Distrito de Progresso (19h – Missa).

Matrículas

Está aberto o período de solicitação de matrículas para estudantes interessados em ingressar na Rede Estadual de Ensino. No site oficial da Seduc-MT (<https://matricula.seduc.mt.gov.br/matweb/hwmatriculaweb.aspx?8>) tem o passo a passo de como realizar a matrícula, bem como um vídeo explicativo sobre como fazer o cadastro. O prazo para solicitação encerra dia 7 de novembro.