

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//

LIRAA

A Vigilância Ambiental iniciou nesta semana o Levantamento de Índice Rápido do Aedes aegypti (LIRAA), com o objetivo de identificar as regiões com maior presença de larvas do mosquito transmissor da dengue, zika e chikungunya. O estudo servirá de base para direcionar as próximas ações de controle e prevenção no município, especialmente neste período chuvoso.

AÇÕES PREVENTIVAS

Segundo o supervisor de campo Elias Duarte, com base nos resultados a vigilância realizará ações de controle para os bairros com maior índice de infestação e que o trabalho não se limita ao diagnóstico. “Nessa localidade também serão realizados trabalhos intensificados, como vistoria nos imóveis, orientações aos moradores, ações educativas sobre as arboviroses”.

CONSCIENTIZAÇÃO

O Levantamento de Índice Rápido do Aedes aegypti (LIRAA) demonstra o papel importante da participação da comunidade para o sucesso das ações. “Pedimos para a população deixar os agentes entrarem em sua residência para fazer a vistoria. Eles levarão informações necessárias para que os moradores tenham mais atenção”, reforçou o supervisor.

evitar invasões de privacidade. Consequentemente, a transparência tornou-se um pilar central, com consumidores demandando clareza sobre valores éticos e origens dos produtos.

Contudo, como capturar algo tão intangível? A resposta está na escuta ativa, que vai além de métricas como cliques e engajamento, mergulhando em comentários, avaliações e até silêncios nas redes sociais. Dessa forma, as marcas podem mapear emoções e ajustar estratégias com precisão. Além disso, a percepção é moldada por experiências multicanais. Um consumidor pode começar no Instagram, passar por uma loja física e finalizar a compra no e-commerce, esperando consistência em cada etapa. Portanto, integrar dados de comportamento online com interações offline é crucial para criar jornadas fluidas. Por exemplo, marcas que usam IA para recomendar produtos com base em preferências expressas em fóruns criam conexões mais humanas. No entanto, o excesso de automação pode gerar desconfiância, especialmente se os consumidores sentirem que suas vozes não são ouvidas. Para transformar percepção em vantagem competitiva, aqui vão três dicas práticas: Primeiro, realize pesquisas qualitativas mensais, como enquetes em redes sociais ou grupos focais, para captar sentimentos em tempo real.

Segundo, treine equipes de atendimento para combinar insights de IA com respostas personalizadas, criando interações que pareçam genuínas.

Terceiro, invista em narrativas visuais inclusivas, refletindo diversidade cultural e social para fortalecer identificação. Dessa maneira, as marcas não apenas respondem às expectativas, mas as superam, construindo confiança. Ademais, a percepção do cliente não é estática; ela reflete o zeitgeist cultural e tecnológico. Em 2025, com a ascensão de comunidades virtuais e a valorização de autenticidade, marcas precisam ser mais do que vendedoras, devem ser parceiras. Isso significa ouvir ativamente, adaptar-se rapidamente e, acima de tudo, humanizar cada interação. Ignorar isso é como navegar sem bússola em um mar de dados. Não se trata apenas de vender, mas de criar experiências que ressoem emocionalmente. Ao priorizar a escuta, a transparência e a personalização, as marcas transformam interações fugazes em relacionamentos duradouros.

Maria Augusta Ribeiro é especialista em comportamento digital e Netnografia no Belicosa.com.br



SEGUNDA ETAPA DA VACINAÇÃO ANTIRRÁBICA CHEGA À ZONA RURAL DE TANGARÁ

Com a meta de imunizar 100% da população animal do município, a Campanha de Vacinação Antirrábica em Tangará da Serra segue desde o mês de julho. Nesta etapa, as equipes da Vigilância Ambiental concentram esforços na zona rural, passando pelos principais distritos de Tangará da Serra.

O Supervisor de Campo da Vigilância Ambiental, Elias Duarte, explicou que o cronograma inclui diversas localidades. Nesta quinta-feira, 6 de novembro, a vacinação acontece no Distrito Triângulo, no Posto de Saúde, das 8h30 às 13h30. Já na sexta, 7 de novembro, a equipe atenderá o Distrito São Jorge, na Escola Petrónio Portela também das 8h30 às 13h30, e o Distrito Joaquim do Boche, na Igreja Católica, no mesmo horário.

O supervisor destacou ainda os avanços alcançados até o momento. Segundo ele, o trabalho desenvolvido na zona urbana apresentou bons resultados e serve de incentivo para a continuidade das ações no interior. “Na zona urbana, nas duas etapas, va-



FOTO: DIVULGAÇÃO

cinamos mais de 6 mil cães e quase mil gatos. No total da vacinação, até agora, nós passamos 60%. Nós temos que vacinar 17 mil cães e 4 mil gatos para alcançar 100%”.

Duarte lembrou que a meta, apesar de desafiadora, é fundamental para garantir a proteção dos animais e evitar casos da doença tanto no campo quanto na cidade. Ele ressaltou ainda a importância da colaboração da população que deve levar seus animais aos pontos de imunização e seguir as orientações das equipes de saúde. “Cada morador que participa está ajudando a proteger não apenas o seu animal, mas toda a comunidade”, reforçou.

Mutirão de Dívidas

Até o dia 30 de novembro, os consumidores que têm dívida com cartão de crédito, cheque especial, consignados e demais modalidades de crédito contratadas com instituições bancárias podem renegociar seus débitos no Mutirão Nacional de Dívidas e Orientação Financeira. Para participar do mutirão on-line, é preciso se cadastrar no Consumidor.gov.br ou acessar o portal usando sua conta Gov.br (prata ou ouro).

ARTIGO//

Percepção do Cliente: O Pulso Emocional do Consumo Digital

A percepção do cliente é o termômetro invisível que mede o sucesso de uma marca no mercado contemporâneo. Em um mundo hiperconectado, onde as interações digitais moldam decisões, compreender como os consumidores enxergam e sentem uma marca é essencial para criar laços duradouros. Segundo o relatório “State of the Consumer 2025: When Disruption Becomes Permanent”, publicado pela McKinsey em junho de 2025, os consumidores globais, com base em 25 mil respostas de 18 mercados, agora passam mais de três horas adicionais por semana online, priorizando conveniência e experiências personalizadas. Além disso, o estudo aponta que 42% dos europeus percebem marcas americanas negativamente, favorecendo negócios locais. Assim, marcas que não captam essas nuances emocionais e culturais correm o risco de se desconectar de seus públicos. Já pensou como seria a rejeição no Brasil desses aspectos? Por outro lado, a percepção do cliente evolui com a tecnologia. Ferramentas de inteligência artificial, permitem personalizar interações, mas exigem equilíbrio para