

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//

PRÉ-ENEM DIGIT@L MT FORMATO

A Seduc-MT publicou o edital que estabelece a abertura das inscrições e os procedimentos para participação no Projeto Pré-Enem Digit@l MT – Edição 2026. A iniciativa é destinada, prioritariamente, a estudantes concluintes do Ensino Médio da rede estadual e também a alunos do 2º ano.

Nesta edição, o programa será ofertado no formato presencial, com atividades semanais que incluem aula, oficina de redação e simulado, nos polos das DREs. Já no formato on-line, os participantes terão acesso ao Ambiente Virtual de Aprendizagem, com disponibilização de aulas, materiais didáticos e simulados.

INSCRIÇÃO

As inscrições serão gratuitas e devem ser realizadas a partir desta sexta-feira, 20, até o dia 31 de março, exclusivamente por formulário eletrônico específico vinculado a cada DRE. As atividades do projeto seguem até 28 de novembro de 2026, com observância do recesso escolar entre 4 e 20 de julho de 2026.

ARTIGO//

Por que o ano no Brasil só começa depois do Carnaval

Todo começo de ano vem carregado de promessas, planejamentos e metas ambiciosas. No papel, janeiro marca o início do ciclo. Na prática, porém, o Brasil funciona de outro jeito. Existe um consenso silencioso entre empresários, gestores e consumidores: o ano só começa de verdade depois do Carnaval. Essa percepção não é folclore nem exagero cultural. Ela se sustenta em comportamento, rotina, decisões econômicas e, principalmente, em como o marketing reage, ou erra, diante desse contexto. O Carnaval vai muito além de um feriado prolongado. Ele atua como um marco psicológico coletivo. Janeiro e fevereiro são meses de transição. Férias escolares, viagens, equipes incompletas e agendas instáveis criam um ambiente em que a atenção está dispersa e as decisões são adiadas. Antes do Carnaval, o brasileiro ainda não “virou a chave”. Depois dele, a rotina se organiza, o calendário engrena e o foco retorna.

O mercado confirma esse comportamento. Leads gerados no primeiro bimestre costumam ter ciclos de resposta mais longos. Reuniões são remarcadas. Orçamentos ficam em análise. Decisões estratégicas são postergadas. Já no pós-Carnaval, a taxa de resposta aumenta, as conversões melhoram e os ciclos de venda encurtam. Não porque as campanhas ficaram melhores de repente, mas porque o público está mais disponível para decidir. Mesmo assim, muitas marcas insistem em começar o ano em alta rotação desde janeiro, como se o Brasil tivesse o mesmo ritmo de mercados que não passam por essa pausa cultural. O resultado costuma ser previsível: campanhas caras, baixo engajamento e a conclusão equivocada de que o marketing não funciona. Na maioria das vezes, o problema não está na estratégia. Está no timing.

Marketing é contexto. É falar a coisa certa no momento certo. Antes do Carnaval, mensagens muito racionais ou agressivas encontram resistência. Depois, essas mesmas mensagens passam a fazer sentido. O público entra em modo de organização, crescimento e busca por previsibilidade. Por isso, o pós-Carnaval não é retomada. É largada. É quando o marketing digital ganha tração, o tráfego pago

responde melhor, o conteúdo educativo converte mais e as ofertas encontram um público disposto a decidir. A leitura correta desse ciclo gera vantagem competitiva. Enquanto muitos tratam fevereiro como mês perdido, quem entende o ritmo do país usa esse período para estruturar ativos, ajustar campanhas, organizar funis e preparar a comunicação. Quando o Carnaval passa, entra forte, com clareza de mensagem e foco comercial. O ano no Brasil não começa atrasado. Ele começa no momento certo para a nossa cultura. O Carnaval não trava o mercado. Ele define quando o mercado realmente entra em movimento. Quem entende isso para de brigar contra o calendário cultural do país e passa a usá-lo a favor. No marketing digital, respeitar esse timing é o que separa frustração de resultado. Depois do Carnaval, o jogo começa. E quem entra preparado, larga na frente.

Rômulo Rampini – estrategista em marketing digital, consultor credenciado pelo SEBRAE MT e diretor da 3TRÊS, uma das agências mais recomendadas em performance digital em Mato Grosso – @tr3scomvc.



CONTEMPLADOS NA PROMOÇÃO ACELERADA 2025 SUPER MAIS RECEBERAM PREMIAÇÕES

Após o sorteio que ocorreu no último domingo, dia 15, o Super Mais Supermercado encerrou oficialmente a promoção Acelerada 2025 com a entrega, nesta quinta-feira, 19, da premiação aos seis felizardos.

Ganhadora do veículo Volkswagen Polo Track 0km, a tangaraense Eliane Gomes disse que vai vender o prêmio para quitar um veículo que já possui. “Busco ficar sem dívidas”, comenta, ao informar que ficou bastante emocionada ao receber a notícia de que havia sido contemplada com o prêmio de maior valor.

Além do veículo, os clientes concorreram a cinco motocicletas. Uma delas foi para Kelvim Kauan da Costa, que se mudou para Tangará da Serra no ano passado, quando já começou a participar da promoção. “Muito feliz porque desde o ano passado a gente vem tentando e receber esse prêmio é começar o ano com pé direito”, comemora.

A segunda moto foi para a casa de Pablo Brito, que assim como os outros felizardos, sempre investiu na sorte. “A gente deposita fé, mas nunca espera ser surpreendido. Mas dessa vez, Deus abençoou, e fui surpreendido com a boa notícia”, agradece.



FOTO: DIVULGAÇÃO

Já Elizete Ramos da Silva levou a terceira motocicleta e ficou bastante emocionada, uma vez que a sua moto já dá sinais de desgaste. “Ela é bem velhinha e já estava na hora de trocar mesmo”, conta. “Estou de Biz nova do Super Mais”, festeja.

Fernanda Carolina da Silva foi a quarta sorteada que também foi contemplada com uma das motocicletas. “É uma emoção muito grande receber um prêmio desse”, ressalta.

A quinta motocicleta é de Maria de Lourdes de Freitas que por motivos pessoais não pode comparecer ao momento de entrega.

Após entregar as premiações, o gerente, Joselito de Ávila agradeceu a população local e da região por mais uma prova de confiança.