

# Botelho garante "paz" com Garcia

Gilberto Leite | Estádio Mato Grosso



O presidente da Assembleia Legislativa, Eduardo Botelho (União), disse na quarta-feira, 21 de fevereiro, que mantém diálogo diariamente com o chefe da Casa Civil Fábio Garcia. Em conversa com jornalistas, Botelho afirmou que não há qualquer ressentimento devido à escolha do candidato do União Brasil para a Prefeitura de Cuiabá.

"Converso com ele todos os dias, ligamos e estamos conversando", disse em poucas palavras.

Botelho e o chefe da Casa Civil, Fábio Garcia, disputavam dentro do União Brasil pela preferência para ser candidato a prefeito de Cuiabá. Por sua vez, o presidente do diretório estadual do União Brasil, governador Mauro Mendes, após ouvir seus aliados, anunciou na última quinta-feira, 15, que Botelho será o candidato do grupo.

Com relação a primeira-dama do estado, Virginia Mendes, o deputado disse que aguarda ela retornar de viagem para discutir os projetos para Cuiabá. Segundo ele, ambos falaram somente por telefone, mas a primeira-dama teria se mostrado disposta a conversar sobre os projetos para a capital.

"Ela está pronta para conversar e dialogar e está pronta para pedir votos nas ruas para Botelho e construir um projeto para Cuiabá", comentou.

No início da semana, a primeira-dama disse que não

"guardar mágoas" do presidente da Assembleia e que pretende ouvi-lo sobre as propostas que ele tem para o social na capital. Inicialmente, a primeira-dama havia declarado apoio a Garcia e disparado recorrentes críticas a Botelho. Porém, ela garante que vai respeitar a decisão do partido.

"O partido escolheu e eu adoro a Fabinho, e a família dele, mas respeito a decisão do partido", afirmou ao MidiaNews.

**VICE MULHER** - Eduardo Botelho disse que após ser escolhido pelo União Brasil para disputar em Cuiabá, agora, o partido se organiza para montar a chapa de vereadores e de apoio à sua candidatura. Ele também foi indagado sobre os nomes cogitados para compor como vice em sua chapa, sendo questionado sobre a médica Natasha Shlessarenko (PSB), Mônica Carvalho (PRD) e a vereadora Maysa Leão (Republicanos).

"Agora é o momento de montarmos o grupo de apoio, de vereadores, de aliados, temos até março para fazer isso porque dia 5 e abril se encerra as filiações, e precisamos montar chapas equilibradas", disse.

**ESCOLHA** - Foram seis meses de indecisão dentro do União Brasil. O governador Mauro Mendes, inicialmente havia declarado que Fábio Garcia seria o candidato do partido, mas por resistência de aliados e os resultados das pesquisas refletiram na decisão pela escolha de Eduardo Botelho.

## Carvalho garante apoio do PRD para Botelho

Da Redação

Mais uma liderança partidária garantiu que irá apoiar a candidatura do presidente da Assembleia Legislativa de Mato Grosso, o deputado Eduardo Botelho (UB), à Prefeitura de Cuiabá. Mauro Carvalho, presidente do PRD em Mato Grosso, afirmou, na quinta-feira, 22 de fevereiro, que o partido está fechado desde o ano passado com o UB.

"Foi uma construção amistosa [escolha entre Fábio Garcia e Eduardo Botelho] no União Brasil. Essa relação foi liderada pelo governador Mauro Mendes, presidente do partido em MT, que escutou várias pessoas para tomar sua decisão. [...] Estamos fechados com o UB", disse após ser questionado sobre a escolha do governador em lançar Botelho como candidato ao Alencastro nas eleições para prefeito da capital em 2024.

Nos bastidores, Mauro Carvalho foi apontado como também responsável pela decisão do governador, mas garantiu à imprensa que não teve nada a ver com a escolha. "Ele escutou várias pessoas, mas não fui o protagonista desta his-

tória. Ele ouviu mais de 20 lideranças, que resultaram (SIC) na escolha pelo Eduardo Botelho", disse.

Foram seis meses de indecisão dentro do União Brasil. O governador Mauro Mendes, inicialmente, havia declarado que Fábio Garcia seria o candidato do partido, mas, por resistência de aliados e resultados das pesquisas, a decisão acabou sendo por Eduardo Botelho.

Ao anunciar Botelho, Mendes comentou sobre o compromisso feito para que ele fosse candidato. "Ele vai fazer uma gestão com perfil técnico, semelhante à que fazemos no Governo de Mato Grosso, por reconhecer ser este o único caminho para resgatar a nossa Capital do caos em que se encontra", destacou Mendes, destacando os problemas enfrentados na Saúde da capital.

Neste ano, os eleitores irão às urnas para eleger prefeitos, vice-prefeitos e vereadores em todo o país. As Eleições Municipais de 2024 serão realizadas no dia 6 de outubro e um eventual segundo turno deve ocorrer no último domingo do mesmo mês (dia 27).

## Decreto regulamenta Programa Escolas Militares em Mato Grosso

Gilberto Leite | Estádio Mato Grosso



Da Redação

O governador Mauro Mendes (UB) instituiu o Programa Escolas Estaduais Cívico-Militares no estado e promulgou o decreto que o regulamenta, estabelecendo diretrizes e princípios para sua implementação, por meio do Decreto Nº 709, de 19 de fevereiro. Atualmente, há 25 escolas estaduais sob gestão da Polícia Militar e outras três sob gestão do Corpo de Bombeiros Militar, além de uma unidade cívico-militar efetivada em 2021, em Cáceres.

A meta, segundo a Secretaria de Estado de

Educação (Seduc-MT) é aumentar de 29 para 50 unidades. A pasta será a responsável por selecionar as escolas que ofertaram vagas.

Segundo o decreto, as escolas participantes do programa devem seguir as diretrizes estabelecidas entre as áreas pedagógica, administrativa e de atividades cívico-militares que as, adotando um modelo de gestão que favoreça a integração entre essas áreas. Profissionais da educação básica e militares da reserva deverão colaborar mutuamente para promover e integrar o programa,

cumprindo com as diretrizes.

Os objetivos do programa incluem contribuir para o cumprimento das diretrizes do Plano Estadual de Educação, auxiliar na implementação de políticas que promovam a qualidade da educação básica e colaborar para a redução da evasão escolar.

Também será de responsabilidade da Seduc, as formações continuadas para os profissionais da educação básica e os militares da reserva que atuarão nas escolas, garantindo a adequada integração das práticas pedagógicas e cívico-militares.

A implementação do modelo de gestão cívico-militar nas escolas ocorrerá mediante processo regulamentado pela pasta, podendo ser iniciativa da pasta ou por solicitação dos pais, responsáveis e estudantes. Novas unidades a serem criadas seguirão critérios estabelecidos, considerando as demandas locais e regionais.

O programa contará com uma Coordenadoria de Escolas Militares, responsável por coordenar e orientar a implementação de medidas para alcançar eficiência nas ações das Escolas Estaduais Cívico-Militares.

O processo seletivo dos militares da reserva participantes do programa será conduzido pela Seduc, e estes passarão por formação antes do efetivo exercício, ficando vedada a utilização de uniforme militar, equipamentos e armamento nas escolas.

A equipe de gestão das Escolas Estaduais Cívico-Militares será composta por profissionais da educação básica, militares da reserva e monitores, com atribuições específicas para cada função, visando promover um ambiente escolar disciplinado e propício ao aprendizado.

Por fim, caberá à Secretaria de Estado de Educação editar normas e regulamentos necessários ao cumprimento do decreto, que entra em vigor na data de sua publicação.

## Fábio Garcia se esquia sobre apoio a Botelho

PÁG. 3

## EDITORIAL

## Transformação sustentável

A indústria de Mato Grosso tem sido um testemunho brilhante da capacidade de adaptação e inovação em face das mudanças socioeconômicas e ambientais. Dos antigos engenhos de açúcar aos modernos complexos de bioenergia, o cenário industrial do estado trilhou um caminho de notável evolução ao longo dos anos.

A trajetória dessa evolução é pontuada por marcos significativos. A incorporação do cultivo de cana-de-açúcar no século XVIII representou o embrião da transformação que estava por

vir. A diversificação da produção de biocombustíveis, com o uso do milho e tecnologias inovadoras, catapultou Mato Grosso para a vanguarda da indústria nacional. Recentemente, a produção de etanol de milho ultrapassou a marca de 4 bilhões de litros, sendo um catalisador crucial nessa jornada.

Esse crescimento impressionante trouxe não apenas relevância econômica, mas também um profundo compromisso com a sustentabilidade. Mato Grosso emerge como líder na geração de energia renovável, desta-

cando-se em tecnologias que contribuem para a economia circular e a redução de impactos ambientais. A diversificação dos subprodutos da cana-de-açúcar, como cogeração de energia, biogás e biofertilizantes, sublinha a visão holística adotada pelo setor.

O reconhecimento internacional dessa evolução é mais que merecido. A produção de biocombustíveis do estado é alçada à posição de destaque, com recordes de produção e eficiência. As vitórias não estão apenas no campo econômico, mas também na promoção de uma indústria que assume a responsabilidade pelo bem-estar social. O comprometimento com ações

sociais evidencia a consciência e o coração por trás das operações industriais em Mato Grosso.

Contudo, é essencial manter a humildade e a cautela à medida que avançamos. O desafio é manter o ímpeto, sempre buscando um futuro sustentável. Em meio ao cenário de mudanças climáticas que ameaçam ecossistemas globais, a evolução da indústria em Mato Grosso assume um papel de destaque e urgência na promoção de ações sustentáveis, fazendo frente ao maior desafio da geração atual.

Em um país conhecido por suas riquezas naturais, a evolução da indústria de Mato Grosso é uma história que merece ser

contada e celebrada. O estado se destaca não apenas como produtor, mas como um modelo a ser seguido em termos de responsabilidade ambiental, social e econômica. O exemplo de Mato Grosso deve inspirar outras regiões a abraçar a inovação e a sustentabilidade em suas próprias trajetórias industriais.

A jornada da indústria de Mato Grosso é uma prova tangível de que a adaptação inteligente, a tecnologia inovadora e a consciência ambiental podem se unir para criar um futuro brilhante e próspero. As realizações até agora são um tributo à resiliência humana e à visão de um futuro melhor.

## Desvendando o Marketing Digital

Kelli Jacob (\*)

No dinâmico mundo do Marketing, as faculdades preparam os estudantes para conectar os pontos em um cenário que muitas vezes foge do convencional. O ambiente é volátil, frágil e mutante, desafiando constantemente as estratégias tradicionais.

Entretanto, a paisagem torna-se ainda mais complexa com a proliferação de fórmulas mágicas nas redes sociais, prometendo atingir o sucesso em poucos passos. É como uma serpente sedutora, hipnotizando uma plateia ansiosa por soluções rápidas, já habituadas, por exemplo, à gratificação de acompanhar as dancinhas do TikTok e ao conforto das receitas entregues, pelo Ifood onde quer que estejam, com apenas um clique.

Neste contexto, a linguagem digital do Marketing, repleta de siglas como CPM, CPV, CPC, CPL, CPA, ROAS, ROI, SDR e outras, pode parecer uma língua estrangeira para os não familiarizados. No entanto, por trás dessa aparente complexidade, o objetivo permanece o mesmo: capturar a atenção, despertar o interesse, estimular

o desejo e, inevitavelmente, provocar uma ação - a compra - que é a essência da sigla A.I.D.A. A sedução persiste, em uma corrida frenética para nos fazer consumir.

Nas redes sociais, os influenciadores digitais assumem o papel das serpentes, enquanto o público se torna suas marionetes, e o protagonista desse jogo é o SEO, com sua capacidade de coletar e manipular dados estruturados. Tudo é minuciosamente monitorado pelo onipresente olho do SEO (o banco de dados que captura todos os nossos movimentos na internet), que busca nossos dados e nos manipula para induzir à compra, despertando desejos que nem sabíamos existir.

Este constante fluxo de informações pode levar à exaustão e à fadiga digital.

Por outro lado, em uma perspectiva mais convencional, os eventos que oferecem experiências sensoriais, despertam emoções e estimulam os sentidos, continuam a desempenhar um papel crucial no contexto do marketing. A interação pessoal, a troca de ideias presencial e a conexão genuína entre indivíduos são elementos que não podem ser totalmente reproduzidos no ambiente digital.

Esses eventos proporcionam uma oportunidade singular para as marcas se engajarem diretamente com seu público-alvo, criando momentos memoráveis e estabelecendo relacionamentos sólidos. A atmosfera tangível e a energia palpável dos eventos tradicionais têm o poder de gerar um impacto duradouro nas mentes e nos corações dos participantes, algo frequentemente ausente na interação digital.

Ademais, os eventos presenciais oferecem um espaço propício para a experimentação e a descoberta, permitindo que os consumidores vivenciem os produtos e serviços de forma autêntica. Essa experiência tangível contribui para fortalecer a percepção da marca e aumentar a fidelidade do cliente.

Portanto, apesar do marketing digital ter se tornado uma parte essencial das estratégias contemporâneas de marketing, os eventos tradicionais ainda preservam seu valor insubstituível como uma poderosa ferramenta para envolver e conectar as pessoas de maneiras profundas e significativas. No entanto, é crucial reconhecer que, em última instância, o objetivo central é impulsionar as vendas. Seja por meio de produtos tangíveis ou serviços intangíveis,

a essência do marketing reside na indução à compra, mesmo em experiências emocionantes e sensoriais.

Assim, a chave para o sucesso no marketing moderno é encontrar o equilíbrio entre o tradicional e o digital, entre as estratégias que se concentram na conexão humana e aquelas que exploram as possibilidades ilimitadas oferecidas pela tecnologia. É entender que, embora as ferramentas e os canais possam evoluir, o objetivo final permanece o mesmo: conquistar a atenção, despertar o interesse e, por fim, converter esse interesse em ação - seja ela uma compra, uma inscrição ou qualquer outro objetivo comercial.

Neste vasto e complexo ecossistema do marketing, a verdadeira maestria reside na capacidade de adaptar e integrar diferentes abordagens, reconhecendo que cada uma tem seu próprio valor e contribuição para o sucesso global da estratégia de marketing.

KELLI JACOB Gerente de Marketing do Grupo São Benedito



## A IA discrimina? LGPD pode ajudar

Lucélia Bastos G. Marcondes (\*)

O uso desordenado da inteligência artificial pode estar ferindo direitos de liberdade e privacidade, além de criar ambientes discriminatórios.

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) regulamenta o tratamento de dados pessoais com o objetivo de proteger direitos e dispõe sobre vários princípios, entre eles o da não discriminação. Veda o processamento de dados para fins ilícitos ou abusivos.

A relação da norma de proteção de dados com a IA é direta. A partir de um grande banco de dados e da aprendizagem de máquina (machine learning), o sistema inteligente é treinado, oferecendo resultados cada vez mais precisos. Quanto mais dados, mais exatas as respostas.

O modelo de IA mais comum é a generativa, com a capacidade de absorver muitos dados e gerar novas informações a partir deles, podendo, inclusive, retroalimentar-se dos dados inseridos pelos usuários. Como exem-

plo, temos o Chat GPT, GTP-3, GPT-4, Midjourney, Jasper.

O professor Thiago Jasper, especialista no assunto, indica que o uso de IA pode ter consequências maléficas para diversos setores da sociedade. Neste sentido, é possível relacionar o caso da Amazon, que em 2014 desenvolveu um programa para a análise de candidaturas com o objetivo de mecanizar a busca pelos melhores profissionais do mercado. Em 2015, percebeu-se que o programa estava direcionado a avaliar padrões nos currículos enviados à empresa nos últimos 10 anos, período em que os cargos na área de tecnologia eram preenchidos em sua maior parte por homens.

Os computadores da Amazon classificavam de maneira diferenciada os currículos que continham a palavra "feminino", dando preferência para que as vagas fossem destinadas aos homens, discriminando candidatas mulheres. Mesmo após ter feito alterações nos parâmetros de busca, a empresa descartou o uso da ferramenta.

Para garantir os direitos dos titulares no processamento de dados em sistemas au-

tomatizados, como a inteligência artificial, o legislador dispôs na LGPD um artigo que permite ao titular pedir a revisão das decisões tomadas unicamente com base no tratamento de dados pela máquina, garantindo o envolvimento de um ser humano na operação.

Para entender melhor o assunto e possibilitar transparência no tratamento de dados pelas IAs, a Autoridade Nacional de Proteção de Dados está trabalhando em conjunto com a sociedade civil em um sandbox regulatório, de modo que as novas tecnologias possam ser experimentadas em ambiente controlados e de pequena escala sob a supervisão e orientação de uma autoridade reguladora.

Além disso, tramitam projetos de lei para regulamentar o uso da inteligência artificial no Brasil. Entre eles, o PL 5.501 de 2019 que pretende estabelecer princípios para o uso da IA, e o PL 21/2020, no qual constam direitos e deveres relacionados à aplicação da inteligência, com destaque para a elaboração de relatório de impacto de inteligência artificial, bem como a exigência de uma avaliação prévia dos riscos envolvidos, direcionando para a ideia do privacy by design.

O PL 2.338/2023 tem como escopo a abordagem baseada no risco e na proteção dos direitos fundamentais, estabelecendo a vedação da implementação e do uso de sistemas de inteligência quando presentes riscos excessivos e o dever de regulamentação em cenários de alto risco.

Esses projetos remetem à necessidade de proteção dos dados e da privacidade dos usuários dos sistemas de inteligência, uma vez que a base da tecnologia está assentada no tratamento de dados. Não é possível conter o avanço da IA, mas é fundamental o seu uso de forma transparente e com alguma regulamentação, com garantias mínimas capazes de mitigar riscos, sobretudo aqueles relacionados a aspectos discriminatórios, como bem expressa o parágrafo segundo do artigo 20 da LGPD.

\*LUCÉLIA BASTOS GONÇALVES MARCONDES é advogada no Rucker Curi Advocacia e Consultoria Jurídica



## Crescimento dos consórcios

Eduardo Rocha (\*)

Ano após ano, os consórcios seguem batendo recordes de adesão e créditos originados. Desde 2014, saltou de 7,03 milhões de participantes ativos para ultrapassar os 10 milhões em 2023, um crescimento superior a 43% no período, de acordo com dados da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC). Os números comprovam que esta modalidade de crédito segue se destacando como uma alternativa para o brasileiro.

Entre os fatores atrelados aos recordes alcançados neste último ano, há pelo menos 3 ou 4 diferenciais que explicam seu des-

taque. Em primeiro lugar, o consórcio tem ampliado sua presença em alguns setores da economia, como de automóveis, imóveis, motocicletas e veículos pesados. Ao mesmo tempo, têm penetrado em novas modalidades, como a de eletrônicos em geral e, mais recentemente, em celulares - mostrando uma adaptação bastante agressiva a diferentes tipos e valores de bens.

Contribuindo com objetivos individuais ou empresariais para uma aquisição a médio e longo prazo, em 2023 o sistema de consórcios injetou mais de R\$70,6 bilhões nos segmentos onde está presente no mercado brasileiro, ante os R\$57,9 bilhões de 2022, de acordo com a ABAC. Foram

1,4 milhões de contemplações, número 11,1% maior.

Outro diferencial relevante é que o consórcio vai ao encontro de uma dor do brasileiro que se intensificou nos últimos anos. De acordo com uma pesquisa da Confederação Nacional de Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), 37% dos brasileiros acreditam que o acesso ao crédito foi "mais difícil" em 2023. Vale considerar também que, no Brasil, quem tenta pela primeira vez acessar o crédito geralmente enfrenta dificuldades de aprovação em um banco ou instituição financeira que oferece produtos convencionais.

Um estudo global da TransUnion aponta que o consumidor "New-to-Credit" (NTC) é o que mais sofre nesse quesito. Os dados revelam que a falta de histórico com crédito ao longo da vida acaba atrapalhando no reconhecimento de bons pagadores. Por outro lado, de acordo com o estudo, no Brasil, 66% dos consumidores considerados NTCs afirmam que sua necessidade de crédito deve aumentar nos próximos anos, o que mostra que os consórcios devem seguir em destaque como alternativa aos financiamentos, por exemplo.

Em um dos seus maiores patamares desde 2016, a taxa de juros está entre os principais motivos que impedem o consumidor de adquirir um bem como uma casa ou um carro por meio do financiamento, segundo a CNC.

Em contrapartida, o consórcio se parece mais com um investimento do que com uma dívida, se tomando mais inclusivo, oferecendo diversas possibilidades de planos, onde o membro pode definir junto à administradora a quantidade e valor de parcelas contratadas.

Com isso, os consórcios se destacam pelo potencial de auxiliar em metas financeiras de longo prazo. Segundo uma pesquisa da Kantar, o número de clientes que apon-

tam o consórcio como um jeito de guardar dinheiro passou de 26% para 35% nos últimos 3 anos. Essa consciência adquirida entre os consorciados pode ser explicada pela facilidade que oferece para que o consumidor contrate um plano que caiba em seu bolso.

Por fim, vale destacar também a reinvenção dos consórcios que aconteceu nos últimos anos. Ultrapassando 60 anos de história no país, hoje o modelo ganha um corpo digital e simplificado. Em nossa operação, cerca de 50% da base de clientes é composta pela geração Z e millennials, ou seja, pessoas que já experimentam experiências inovadoras em bancos digitais. Por outro lado, a outra parcela é composta por um público com idade acima de 40 anos que já se frustrou com taxas elevadas dos produtos mais convencionais e busca por alternativas no mercado. Em geral, esses públicos acabam encontrando no consórcio uma jornada digital e personalizável para acessar o crédito com responsabilidade financeira, o que explica o seu crescimento acelerado nos últimos anos.

EDUARDO ROCHA, tem mais de 30 anos de experiência profissional. Foi sócio da Gradus Consultoria e CEO da Rodobens. Pensando em empreender no setor de consórcios - um dos que mais cresce no país, Rocha fundou em 2018, o Klubi, primeira fintech a ter autorização do Banco Central para operar com consórcios. Formado em Comércio Exterior, é pós-graduado em Adm. de Empresas pela University of California at Berkeley, possui MBA pela FGV e o AMP pelo Insead, além de extensões executivas em Harvard e no MIT.



Jornal  
**IMPRESSO MT**

FUNDADO EM 2020  
CNPJ: 06.147.693/0001-26

ADMINISTRAÇÃO:  
DIRETOR GERAL:  
GEANDRÉ FRANK LATORRACA

EDITOR CHEFE:  
GABRIEL SOARES

EDITOR DE ARTE:  
AQUILES A. AMORIM

Os artigos de opinião assinados por colaboradores e/ou articulistas são de responsabilidade exclusiva de seus autores e não representam a opinião deste veículo.

Colabore com o debate público sobre nosso estado. Envie artigos e opiniões para:  
Email: [impressomt@gmail.com](mailto:impressomt@gmail.com) - Site: [www.oimpressomt.com.br](http://www.oimpressomt.com.br)

Rua Capitão Iporã, 101 - ANEXO A - Bairro: Pico do Amor - CEP: 78065090 - Cuiabá - MT  
Telefone: 65 99696-6688

**XADREZ ELEITORAL**

Presidente do União Brasil, governador avalia que é necessário formar as chapas de vereadores e costurar alianças antes de 'amadurecer conversas'

# Mauro: é cedo para decidir vice

Gilberto Leite | Estádio Mato Grosso



Mendes também não garantiu que escolherá uma mulher como vice-prefeita de Cuiabá

**Da redação**

O governador de Mato Grosso e presidente do partido União Brasil, Mauro Mendes, afirmou que ainda está muito cedo para decidir quem

será o vice-prefeito na chapa de Eduardo Botelho (UB) à Prefeitura de Cuiabá. Ele conversou com a imprensa na manhã de quinta-feira, 22, e também comentou sobre a difícil escolha

entre o deputado estadual Botelho e secretário-chefe da Casa Civil Fábio Garcia (UB).

“As convenções são ainda no mês de julho, tem muito tempo. Nós nem terminamos o pe-

ríodo de filiações e desfiliações, com o objetivo das eleições municipais, e acredito que nós vamos amadurecer muito. Ainda tem muito chão. Precisamos compor uma boa chapa, que tenha uma capacidade técnica de conduzir o enorme desafio de consertar Cuiabá”, explicou.

Mendes também não garantiu que escolherá uma mulher como vice-prefeita de Cuiabá e também não citou nomes já cotados para ocupar o cargo político.

Em entrevista, ele também contou que a escolha pelo pré-candidato à Prefeitura de Cuiabá foi muito difícil. As tratativas entre os três duraram cerca de seis meses, tendo Mendes batido o martelo no último dia 15 de fevereiro, escolhendo Botelho.

“Botelho tem grandes predicados, Fábio tem grandes predicados. Uma decisão extremamente difícil, né? São dois amigos, duas pessoas que têm trajetória longa comigo, mas o

cargo em que eu estou exigia uma decisão. E eu decidi. E acredito que nós teremos condição de fazer uma grande campanha. Cuiabá se encontra em um momento extremamente difícil”, disse.

Apesar da difícil decisão, ele teve que escolher por ser uma das obrigações dele como presidente do partido e governador do estado. Também revelou que constantemente ele se abdicou do próprio tempo para trabalhar.

**KARDEC É COTADO** - Na mesma manhã, o secretário Allan Kardec (PSB) revelou que o nome dele está à disposição do partido para uma possível composição como vice-prefeito de Cuiabá. Ele revelou que recebeu uma ligação do presidente do Partido Socialista Brasileiro (PSB), Max Russi, informando que o nome dele está em uma lista que será enviada ao União Brasil para ser escolhido o futuro vice-prefeito de Botelho.

A declaração foi dada à imprensa em uma reunião na Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM). E ele aproveitou o momento para “vender o peixe” e listar suas qualidades como político.

“Eu sou agente político, fui vereador por Cuiabá, estou na segunda oportunidade na condição de secretário de Estado, estou muito feliz, na Seciteci [Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado de Mato Grosso], trabalho que está sendo desenvolvido. Para mim está sendo uma realização profissional, e estamos prestes a inaugurar o primeiro parque tecnológico de Mato Grosso”, disse.

Kardec está confiante e explicou que o PSB tem uma boa relação com o União Brasil, já que o partido faz parte do governo de Mauro Mendes. Além disso, o partido é forte e conta com quatro deputados estaduais e dois vereadores em Cuiabá.

**CLIMÃO**

## Fábio Garcia se esquia sobre apoio a Botelho

Gabriel Soares | Fernanda Leite

O secretário-chefe da Casa Civil, Fábio Garcia (União), se esquivou ao ser questionado pela imprensa se iria apoiar a candidatura do presidente da Assembleia Legislativa, Eduardo Botelho (União), para a Prefeitura de Cuiabá. Em conversa com jornalistas nesta quinta-feira, 22 de fevereiro, Garcia afirmou que ninguém pode questionar sua fidelidade ao partido e que irá “dialogar sobre Cuiabá” no futuro.

Botelho e Garcia disputavam internamente no União Brasil pela pré-candidatura a prefeito de Cuiabá. Na última semana, o presidente estadual do partido, governador Mauro Mendes, anunciou que Botelho será o candidato do grupo.

“Olha, como vocês sabem, eu fiz uma construção bastante leal ao partido político que eu pertencço. Então, eu acredito que não há como ninguém me cobrar, nesse

momento, lealdade ao partido. Eu vou conversar sobre Cuiabá, no momento certo”, disse Garcia, ao ser questionado se apoiaria Botelho.

“As convenções vão acontecer em julho, portanto tem tempo para conversar sobre Cuiabá, para dialogar com as pessoas que me ajudaram, que me apoiaram nesse processo. Então, vamos dar um pouco de tempo ao tempo”, emendou.

Apesar de se esquivar das questões sobre seu apoio a Botelho, Garcia garantiu que não está magoado com a escolha. O chefe da Casa Civil tinha um compromisso de apoio com o governador Mauro Mendes, mas acabou sendo preterido em favor de Botelho, que tinha apoio da maioria dos membros do partido.

“Não tô magoado, já me posicionei sobre isso aí nas minhas redes. Agora, eu tô trabalhando nessa função como chefe da Casa Civil”, afirmou.

“Essa era a definição do partido, de que o governador Mauro Mendes teria o poder da decisão em Cuiabá. Foi feito um compromisso sobre essa questão e esse compromisso foi cumprido pelo governador Mauro e aceito por todos”, complementou.

O chefe da Casa Civil afirmou ainda que não conversou com Botelho sobre a pré-candidatura, mantendo apenas o contato institucional para acompanhamento dos projetos de interesse do governo que tramitam na Assembleia.

Fora da disputa pela Prefeitura, Garcia afirmou que irá trabalhar para fortalecer seus companheiros que o ajudaram no processo de decisão do partido.

“Não quero deixar nenhum companheiro meu para trás nesse processo. Vou dialogar bastante com eles, com todo o respeito, consideração e gratidão com todos aqueles que estavam comigo, me apoiando nesse processo”, concluiu.



Apesar de desconversar sobre apoio a Botelho, Garcia garantiu que não está magoado com a escolha

**IGUALDADE DE GÊNERO**

## Próxima escolha do TJ terá lista só de mulheres

**Da redação**

A presidente do Tribunal de Justiça de Mato Grosso (TJMT), desembargadora Clarice Claudino da Silva, revelou que as próximas seleções para desembargadores terão listas exclusivas para mulheres. A declaração foi dada à imprensa na tarde de quarta-feira, 21 de fevereiro, durante a cerimônia de posse dos novos desembargadores.

O questionamento à presidente ocorreu devido ao TJMT escolher, na última segunda-feira, 19, por meio de votos, oito novos desembargadores para ocuparem as vagas abertas no Tribunal, sendo dois por seleção da Corte. E o fato de apenas uma mulher ter sido selecionada, pelo critério de antiguidade, chamou atenção.

“Mas nós temos uma resolução do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) que nos garante que nas próximas promoções e acessos, teremos aí uma lista só de mulheres. Até que tenhamos um percentual de no mínimo 40% de desembargadores no Tribunal de Justiça. Nós não estamos muito longe desse percentual, mas vamos ter oportunidade para trazer diversas mulheres”, respondeu.

Apesar de não terem escolhido mulheres para as vagas no TJMT, a presidente elogiou a paridade de gênero da lista sêxtupla enviada pela Ordem dos Advogados do Brasil (OAB-MT) e também a lista do Ministério Público do Estado (MPE-MT), mesmo que não tenha sido sêxtupla.

Além de citar sobre as vagas destinadas às mulheres,

Clarice Claudino revelou que já tem um edital de concursos pronto que será lançado nos próximos meses para escolher novos servidores e magistrados que ocuparão as vagas deixadas pelos novos desembargadores.

“Nós vamos deixar até o final da nossa administração, já em andamento, para que esse concurso seja feito o mais breve possível. [...] O concurso é bastante trabalhoso”, explicou.

**EMPOSSADOS** - Empossado nesta quarta-feira (21) como desembargador do Tribunal de Justiça de Mato Grosso, Marcos Regenold Fernandes atuou por 27 anos no Ministério Público de Mato Grosso, cumprindo uma trajetória de atuação em diversas Promotorias de Justiça do interior e da capital, além de ter ocupado diversos

cargos na instituição ministerial.

Marcos Regenold Fernandes passa a ocupar uma vaga destinada ao MPMT pelo critério do quinto constitucional, tendo integrado a lista sêxtupla encaminhada pelo MP ao TJMT e, posteriormente a lista tríplice elaborada pelo Tribunal de Justiça e encaminhada ao governador do Estado, que o escolheu e o nomeou para a função.

Já pela vaga destinada à Ordem dos Advogados do Brasil, seccional Mato Grosso, (OAB-MT) tomou posse o advogado Hélio Nishiyama. Com o compromisso de decidir sempre observando os direitos fundamentais, o desembargador Hélio Nishiyama destacou que terá em mente o juramento que fez como advogado, defendendo a paz e a justiça social.

**PREFEITURA MUNICIPAL DE LUCAS DO RIO VERDE EDITAL DE CONVOCAÇÃO - AUDIÊNCIA PÚBLICA**

Em cumprimento ao disposto no § 4º do art. 9º da Lei Complementar 101/2000, a Prefeitura Municipal de Lucas do Rio Verde, Estado de Mato Grosso, convida toda comunidade para participar da **Audiência Pública**, para apresentação de demonstrativos do cumprimento das metas fiscais referente ao 3º quadrimestre do exercício 2023, da administração direta e indireta do Município de Lucas do Rio Verde.

A **Audiência Pública** será realizada no dia 27 de fevereiro de 2024, às 17:00hs, no Auditório da Câmara Municipal, sito a Av. Pará, nº. 359-E, Cidade Nova, conforme determinação Constitucional do art. 166, § 1º. Lucas do Rio Verde - MT, 07 de fevereiro de 2024. Miguel Vaz Ribeiro - Prefeito Municipal

**PREFEITURA MUNICIPAL DE LUCAS DO RIO VERDE EDITAL DE CHAMADA PÚBLICA Nº 001/2024**

**DISPENSA DE LICITAÇÃO Nº 002/2024**  
Objeto: Chamada Pública para Aquisição de gêneros alimentícios da agricultura familiar para uso na merenda escolar das Escolas Municipais de Ensino Fundamental, Educação Infantil e Creches Municipais durante o 1º semestre de 2024.  
Dia: 18 de Março de 2024.  
Hora: Das 07:30 até as 08:00 horas entrega dos envelopes (horário de Mato Grosso) Abertura dos envelopes: 08:00 horas do dia 18 de Março de 2024.

Edital Completo: Afixado no endereço: Avenida América do Sul, Nº 2500 S, Loteamento Parque dos Buritis, Lucas do Rio Verde/MT, CEP: 78455-000, Fone: 65-3549-8300 e na Internet, site www.lucasdoriverde.mt.gov.br.  
Fundamento Legal: Lei Federal Nº 14.133/21 e demais legislações complementares.  
Lucas do Rio Verde-MT, 21 de Fevereiro de 2024.  
Sirlei Amaro da Silva  
Agente de Contratação

## ECONOMIA EM ALTA

Serão 2.300 vagas, com valor médio de R\$ 3,40 por hora para carros e R\$ 2,00 por hora para motos

## Desemprego é o menor da história

Gilberto Leite | Estádio Mato Grosso

## Da redação

Mato Grosso registrou em 2023 a menor taxa de desocupação da última década. O índice de desemprego chegou a 3,3%, posicionando o estado em segundo lugar no ranking nacional, atrás somente de Rondônia, com 3,2%. Esse é o menor patamar da série histórica registrada pelo estado, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O bom desempenho na economia, que resulta na efetivação de trabalhadores no mercado de trabalho, também fez com o estado tivesse o segundo maior nível de ocupação do país. O percentual de pessoas empregadas em idade de trabalhar em Mato Grosso chegou a 64,7%, mesmo índice registrado em Goiás e ficando atrás somente de Santa Catarina, com 65,9%. A média nacional foi de 56%.

“Certamente a necessidade de força de traba-

lho é uma das maiores demandas do setor produtivo de Mato Grosso. Instituições como o Sistema Fiemt, através do Senai, Sesi e IEL, podem contribuir para superar esse desafio, com formação profissional e capacitação, trazendo as pessoas para vagas de empregos formais e intermediação entre trabalhadores e empresas”, pontuou o presidente do Sistema Fiemt, Silvio Rangel.

**QUARTO TRIMESTRE** - Dados analisados pelo Observatório da Indústria da Fiemt mostram o número de ocupados registrados no período em Mato Grosso foi de 1,8 milhão de pessoas frente a 76 mil de desempregados. Os números consideram o levantamento do último trimestre de 2023. Com isso, a taxa de desocupação de 3,9%, colocando o estado em 3º lugar do Brasil, atrás apenas de Santa Catarina (3,2%) e Rondônia (3,8%).

A taxa de desocupação por sexo em Mato Gros-



Percentual de pessoas empregadas em idade de trabalhar em Mato Grosso chegou a 64,7%

so foi de 2,5% para os homens e 5,9% para as mulheres. Na análise por nível de instrução, o índice para as pessoas com ensino médio incompleto (8,3%) foi maior que as taxas dos demais níveis e instrução, seguido por ensino fundamental completo (4,2%) e ensino médio incompleto (4,1%), fechando os três níveis com maiores par-

ticipações. Por grupos de idade a taxa de desocupação é destaque a predominância da faixa de 14 a 17 anos com 17,6%.

**INFORMALIDADE** - A quantidade de pessoas na informalidade em todo estado foi de 682 mil pessoas, que reflete uma taxa de informalidade de 36,5%. Em comparação com as outras Unidades da Fe-

deração, a taxa coloca Mato Grosso em 7º lugar no ranking.

A taxa de informalidade por sexo em Mato Grosso foi de 38,9% para os homens e 33,1% para as mulheres. Na análise por nível de instrução, a taxa de informalidade para as pessoas sem instrução e com menos de 1 ano de estudo (62,4%) foi maior que

as taxas dos demais níveis e instrução, seguido ensino fundamental incompleto (54,5%) e ensino fundamental completo (49,4%) fechando os três níveis com maiores participações. Por grupos de idade a taxa de informalidade é destaque a predominância da faixa de 14 a 17 anos com 70,4% e 60 anos ou mais com 60,9%.

## MAIS CARO QUE SOJA

## Corte de produção encarece o arroz

## Da redação

O aumento do preço do arroz nos supermercados foi causado por uma série de motivos, entre eles a diminuição de áreas de plantio em Mato Grosso e o aumento das importações. Sem produção suficiente para abastecer a demanda local, as indústrias passaram a beneficiar o cereal produzido no Rio Grande do Sul e até a importar arroz, causando pressão nos preços ao consumidor.

A informação é do presidente do Sindicato Estadual das Indústrias de Arroz de Mato Grosso (Sindarroz-MT), Rodrigo Mendonça.

“O arroz, geralmente, é plantado após a abertura de novas áreas. Como temos registrado pouca expansão neste sentido, nos últimos anos houve considerável redução de produção, o que contribuiu no aumento de preços”, afirma.

Para ampliar a produção local, os produtores e indústrias do setor, juntamente com a Empresa Brasileira de

Pesquisa Agropecuária (Embrapa), têm desenvolvido variedades de arroz que se adaptam melhor ao solo do cerrado, proporcionam melhores resultados na rotação de cultura e em áreas de irrigação.

“Já temos variedades adaptáveis a terras mais velhas, já de muitos anos abertas, e o arroz é a principal cultura para fazer rotação e deixar o solo mais fértil e mais produtivo para o próximo ano de soja”, pontua Lázaro Modesto, diretor do Sindarroz.

O plantio de arroz em áreas com pivô central de irrigação também é uma alternativa viável para ampliar a produção mato-grossense. Em Primavera do Leste, por exemplo, 25% da área plantada de arroz utiliza irrigação. A prática também tem ganhado espaço nas regiões de Campo Verde, Sorriso, Sapezal, Nova Mutum e Sinop.

“A indústria espera que com as novas cultivares para a rotação de cultura, o estado de Mato Grosso volte a ser

autossuficiente, além de exportador para outros estados”, pontua Rodrigo.

**ARROZ DE MT** -- Produto básico da alimentação, o arroz deve ter redução nos preços por volta do mês de abril, devido à proximidade da safra nacional e em países do Mercosul. A estimativa atual é de colher 400 mil toneladas em Mato Grosso.

O estado sempre teve grande produção do cereal e deixou de ser autossuficiente somente nos anos de 2016, 2020 e 2023, quando foi preciso recorrer à compra externa. Porém, conforme o Sindarroz, o arroz mato-grossense se destaca por sua alta qualidade.

“Nosso produto é extremamente superior em relação aos dos países que importamos: tem alta qualidade de cocção (cozimento) e muita soltabilidade na panela. O arroz de sequeiro, produzido em Mato Grosso, é de uma qualidade excepcional”, finaliza Lázaro.

\*Com assessoria

CNA Brasil



Arroz deve ter redução de preço a partir de abril, devido à proximidade da safra

## SALDO DE 2023

## Indústria de alimentos no Brasil abriu 70 mil novos postos

## Agência Brasil

A indústria de alimentos no Brasil abriu 70 mil novos postos de trabalho diretos e formais em 2023, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA). O montante representa 67% do total de empregos gerados na indústria de transformação. Juntamente os 280 mil postos indiretos, chega-se a 350 mil novos trabalhadores ao longo da cadeia produtiva do setor.

O balanço anual da associação revela ainda que o número de trabalhadores diretos atingiu 1,97 milhão, registrando crescimento de 3,7% em relação a 2022.

Para o presidente executivo da ABIA, João Dornellas, o resultado expressivo pode ser explicado pelo aumento de 5,1% da produção física (totalizando 270 milhões de toneladas de alimentos) e pelo incremento nos investimentos em inovação, pesquisa e desenvolvimento, ampliação e modernização de plantas.

Os investimentos alcançaram a cifra de R\$ 35,9 bilhões, em 2023, mais de 50% acima do apurado no ano anterior.

“O aumento significativo reflete os esforços do setor em impulsionar o crescimento e a competitividade. Além disso, estamos comprometidos em ampliar o espaço que a indústria ainda tem para produzir mais, pois a capacidade utilizada hoje é de 75%”, afirma Dornellas.

**FATURAMENTO** - O faturamento em 2023 foi de R\$ 1,161 trilhão, 7,2% acima do apurado no ano anterior (em termos nominais), acompanhando o crescimento das vendas para o



Tânia Régio/Agência Brasil

Balanço anual revela ainda que o número de trabalhadores diretos atingiu 1,97 milhão

varejo e o food service, e das exportações. O volume corresponde a 10,8% do PIB nacional. Deste total, R\$ 851 bilhões foram oriundos das vendas no mercado interno e R\$ 310 bilhões das exportações.

As vendas reais totais (mercado interno e exportações) apresentaram expansão de 3,4%. Os principais destaques foram as exportações, que cresceram 5,2% em valor (dólar), alcançando o patamar recorde de US\$ 62 bilhões.

No mercado interno, o balanço das vendas reais também se mostrou positivo, com expansão de 4,5%, puxado pelo mercado de food service, que manteve trajetória de retomada, e pelo varejo alimentar.

O presidente do Conselho Diretor da ABIA, Gustavo Bastos, lembra que, apesar dos desafios enfrentados ao longo de 2023, tanto econômicos quanto climáticos, a gestão eficiente das indústrias de alimentos

permitiu que a produção se mantivesse robusta.

“Mesmo diante dessas adversidades, nossa performance foi, mais uma vez, positiva. Nós nos destacamos não apenas no cenário internacional, mas também garantimos o abastecimento interno, contribuindo assim para a promoção da segurança alimentar de milhões de brasileiros.”

**BOLSO DOS CONSUMIDORES** - Em 2023, o setor enfrentou menor variação de preços de itens como embalagens e combustíveis, o que aliviou os custos de produção de alimentos. Os preços de algumas das principais commodities agrícolas arrefeceram, a exemplo do milho, trigo e soja. Entretanto, outras como o cacau, café e açúcar sofreram aumentos significativos. O índice de preços de commodities da FAO registrou queda de 13,7% em relação ao ano anterior, porém permanece 19,2% acima do patamar de antes da pandemia.