

Estado define 13 de outubro como Dia de Irmã Dulce

LÍCIO FERREIRA
REPÓRTER

“Sei que com o ‘Dia da Santa Irmã Dulce dos Pobres’, a Assembleia Legislativa e o Governador do Estado da Bahia quiseram prestar uma homenagem - diga-se de passagem, justa e merecida - a quem tanto se dedicou ao povo baiano. Pena que, no título oficial, tenha sido colocado o nome de ‘Irmã’, quando, a partir da canonização, ela será chamada simples e oficialmente de ‘Santa Dulce dos Pobres’, e que tenha sido escolhido como seu ‘Dia’ o dia 13 de outubro, quando o dia de Santa Dulce dos Pobres continuará sendo 13 de agosto. Vale a homenagem, mas não vejo como positiva a multiplicação de datas”, afirma em nota enviada via Zap, o Arcebispo de Salvador e Prímaz do Brasil, Dom Murilo Krieger.

Nesta quarta-feira 4, o Diário Oficial do Estado (DOE) publicou, na sua pri-

meira página, que o governador Rui Costa: “Declara Dia Santa Irmã Dulce dos Pobres, no Estado da Bahia, o dia 13 de outubro” e que a lei instituída entra em vigor na data da sua publicação”. A ideia de criação da Lei nº 14.119 foi do deputado Marcos Aguiar Viana (conhecido por Marquinho Viana), que apresentou a proposta, no dia 23 de maio passado, na Assembleia Legislativa da Bahia (ALBA). Por telefone, o deputado disse que todos os baianos e brasileiros já ouviram falar de Irmã Dulce que já nasceu santa, pois Deus colocou ela no mundo para realizar esse trabalho”. A canonização Irmã Dulce será no próximo dia 13 de outubro pelo papa Francisco, no Vaticano.

JUSTIFICATIVA

Para justificar sua proposta, o deputado Marquinho Viana (PSB) frisa que se trata de “uma justa homenagem a quem tanto ajudou a Bahia e ao Brasil, considerando, especialmente, que Irmã Dulce deixou um legado de virtudes e de trabalho,



Foto: Romildo de Jesus

REPERCUSSÃO

Dom Murilo acha válida a homenagem, mas critica a multiplicação de datas

que orgulha a todos os baianos”. Mas esqueceu, prepotentemente, de auscultar a principal liderança católica no estado, que é, de fato, Dom Murilo Krieger..

Falecida em 13 de março de 1992, aos 77 anos, sua vida foi marcada pela dedicação aos doentes, albergados, deficientes e órfãos. Após sua morte, casos extraordinários de curas foram revelados, justificando a decisão de Vaticano, através do Papa Bento XVI, de considerá-la Venerável. Após ser reconhecido o segundo milagre, foi-lhe concedido o título de Bem Aventurada Dulce dos Pobres. E com o decreto do Papa Francisco, a beata será proclamada a primeira santa do país no próximo dia 13 de outubro.

Em paralelo, à lei estadual corre na Câmara Municipal de Salvador um Projeto de Resolução de autoria do vereador Joceval Rodrigues (Cidadania), que sugere a instituição da Medalha

Irmã Dulce. A honraria, segundo ele, “deverá ser concedida a pessoas físicas e jurídicas, ou instituições do terceiro setor, com reconhecido trabalho desenvolvido na área social da capital baiana”. O parlamentar, muito otimista, espera que a Câmara aprove a criação da nova honraria em breve.

OBRAS SOCIAIS

Na sua justificativa como Projeto de Lei, Marquinhos Viana relembrou o trabalho assistencial de Irmã Dulce, que se expandiu com a fundação da Associação das Obras Sociais (OSID). Atualmente, a sede, em Salvador, abriga, em seus 40 mil metros quadrados de área construída, 20 dos 21 núcleos da entidade, incluindo 954 leitos hospitalares para o atendimento de patologias clínicas e cirúrgicas. Desses núcleos, 19 apresentam atuação no campo da Saúde, a exemplo do Hospital Santo Antônio, Cen-

tro Geriátrico, Hospital da Criança, Unidade de Alta Complexidade em Oncologia, Centro de Acolhimento à Pessoa com Deficiência e Centro Especializado em Reabilitação e do Centro de Acolhimento e Tratamento de Alcoolistas.

Somente no Complexo Roma, onde está o Santuário, são contabilizados, por ano, cerca de 2 milhões de atendimentos ambulatoriais e a entidade filantrópica abriga um dos maiores complexos de saúde 100% SUS do país, com cerca de 3,5 milhões de atendimentos ambulatoriais por ano. A organização conta com um perfil de serviços único no país, distribuídos em 21 núcleos que prestam assistência à população de baixa renda nas áreas de Saúde, Assistência Social, Pesquisa Científica, Ensino em Saúde, Educação e na preservação e difusão da história de sua fundadora. Diariamente, cerca de 2 mil pessoas, são

atendidas e realizadas por ano 12 mil cirurgias, além de 18 mil internamentos. Mais de 4 mil profissionais trabalham na organização, sendo mais de 2 mil funcionários somente no complexo da capital baiana, local onde atuam ainda 320 médicos e 125 voluntários.

ASSISTÊNCIA

As ações da OSID cobrem todo o espectro da assistência à saúde e que incluem atenção básica, 38 especialidades médicas, exames laboratoriais e de bioimagem, internação, cirurgias de alta complexidade e reabilitação. Destaque também para o Centro de Pesquisa Clínica e o Centro de Ensino e Pesquisa Professor Adib Jatene, unidades dedicadas às áreas de Pesquisa e Ensino em Saúde. Como hospital escola, a unidade oferece ainda internato de Medicina e 16 programas em residências médicas, além da Residência Multiprofissional em Atenção à Saúde do Idoso e Residência em Odontologia.

Já no município de Simões Filho, na Região Metropolitana de Salvador, funciona o 21º núcleo: o Centro Educacional Santo Antônio (CESA) que atende, em parceria com as Secretarias de Educação do Estado e do Município, 787 crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social, oferecendo ensino em tempo integral do primeiro ao nono ano (Ensino Fundamental I e II), além de acesso à arte-educação, inclusão digital, atividades esportivas, assistência odontológica, alimentação, fardamento e material escolar gratuitos. O local conta ainda com uma unidade de sustentabilidade, o Centro de Panificação, responsável pela produção e comercialização de variados tipos de pães, panetones e outros produtos.

COMÉRCIO

Semana do Brasil começa dia 6 e vai ter apoio do varejo baiano

LÍCIO FERREIRA
REPÓRTER

Começa nesta sexta-feira 6, e termina no próximo dia 15, a Semana do Brasil lançada na última quarta-feira 28, pelo governo federal como proposta para estimular vendas no varejo brasileiro e girar estoque dos lojistas. A iniciativa é da Comunicação do Palácio do Planalto (Secom), com apoio do Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV). A ideia foi bem assimilada pelos líderes do comércio varejista baiano e até comemorada, mas sem muita euforia.

O presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL), Alberto Nunes considera importante a criação do evento “para melhorar a economia, estimular o comércio e gerar emprego e renda”. Por sua vez, o presidente do Sindicato dos Lojistas do Estado da Bahia (Sindilojas), Paulo Mota, considerou a iniciativa positiva “pois valoriza a atividade econômica do varejo”; enquanto o Coordenador Regional da Associação Brasileira de Shoppings Centers (Abrasce), Edson Piaggio comenta que: “a promoção deve beneficiar, principalmente, os lojistas de bens semi-duráveis”.

SEM PREVISÃO

“Ter uma semana própria nossa é muito importante. Apoiamos esse evento, que envolve várias empresas e queremos que a adesão seja muito forte em todo nosso Estado. Não temos uma previsão de quantos lojistas baianos estarão comprometidos; uma vez que a adesão à Semana do Brasil é feita, diretamente, no site do governo federal. Daí não temos condições de precisar o número de quantos vão participar deste evento do varejo nacional”, afirma Alber-

to Nunes.

Já o presidente do Sindicato de Lojistas do Estado da Bahia (Sindilojas), Paulo Mota foi incisivo na sua apreciação da proposta do governo federal: “Trata-se de uma iniciativa positiva que valoriza a atividade econômica do varejo. Setembro é um mês fraco de promoções, porque não tem nenhuma data simbólica de comemoração como, por exemplo, os dias das Mães, dos Pais e das Crianças”, justifica.

Pelas suas projeções ‘não-oficiais’, a perspectiva é que 7 mil lojas, em todo o Estado da Bahia atendam ao chamado do governo federal e participe da Semana do

Brasil. “O que não temos informações, é de qual será os valores dos descontos oferecidos. Isto vai depender de cada empresa e dos produtos colocados à venda. Mas espero que sejam valores representativos. Até porquê, o êxito desta iniciativa vai firmar a Semana do Brasil no nosso calendário nacional do varejo”.

EM CIMA DA HORA

Coordenador Regional da Associação Brasileira de Shoppings Centers (Abrasce), Edson Piaggio lamenta que a decisão tenha sido tomada quase em cima da hora, mas não deixa de aplaudir a iniciativa do governo federal. “Falta-nos tempo

e estoque para fazer o melhor. A decisão foi muito em cima da hora. E somente lojistas com estoques ou que pretendem mudar de coleções serão beneficiados”.

Edson Piaggio gostou da ideia, pois o evento antecipa a famosa “Black Friday”, realizada em novembro e criada nos Estados Unidos. Hoje um sucesso no mundo capitalista. “Claro que o lojista brasileiro tem muito interesse em colocar esta semana no calendário do varejo nacional”. E explica: “Setembro é um mês de pouco movimento e será oportuno este evento entrando definitivamente no nosso calendário. Mas esta promoção deve beneficiar, principalmente,

os lojistas de bens semi-duráveis”.

FORTE ADESÃO

Já aderiram ao projeto de uma “Black Friday” à brasileira, mais de 100 associações e empresas, segundo informações do Palácio do Planalto. Entretanto, Edson Piaggio diz que: “Cada shopping está tomando sua decisão de como participar da Semana do Brasil de acordo com as disponibilidades de estoques”.

O chefe da divisão de Comunicação do Palácio do Planalto, Fábio Wajngarten tem feito reuniões sucessivas com empresas de mídia sobre a semana de descontos. “Estamos criando um

novo marco no calendário do comércio brasileiro, que se repetirá todos os anos”, afirmou. Se a Semana do Brasil der certo ela já tem motes para apresentar ao grande público: “Compre mais para o Brasil melhor”.

Recentes estudos divulgados na mídia garantem que para que a Semana do Brasil dê certo será necessário reverter o ânimo dos consumidores. Poucos estão no “modo comprar”, segundo a pesquisa da Boa Vista, divulgada no último dia 15, que mostra que 56% dos inadimplentes não pretendem fazer novas compras, mesmo após quitar dívidas. E só 18% pretendem voltar a consumir mais.

QUEM SABE FAZ A LIVE

PUBLICIDADE PARA CONSTRUIR MARCAS FORTES

LIVE 10 DE SETEMBRO | 15H30



CLÁUDIO CARVALHO
PRESIDENTE | ABAP - BAHIA



LUCAS DE OURO
DIRETOR | CLUBE DE CRIAÇÃO DA BAHIA



MATHEUS SILVA
HEAD DE MARKETING | SAVAR