

Retratos

novembro de 2016 _ V edição Presidente Prudente

Posso te ajudar?

O clichê dos vendedores, que incomoda uns e agrada outros

Leid Satiro

Solidariedade e fé andam juntos

Conheça histórias de atos de bem ao próximo

Carlos Volpi

Pisando em ovos

Ação do Ministério Público obriga prefeitura de Presidente Prudente regularizar o Camelódromo

**Carolina Lara
Diviane Alves**

AS HISTÓRIAS DO PRIMEIRO SHOPPING POPULAR PRUDENTINO

CARTA AO LEITOR

Sejam bem-vindos!

Inovação. É o que a família **Retratos** deseja fazer nesta edição. Sair do convencional, do padrão, criar, surpreender e levar uma leitura de qualidade.

A quinta edição da revista **Retratos**, desenvolvida como peça prática de um Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo da Unoeste (Universidade do Oeste Paulista), traz como tema o Camelódromo, um local que faz parte da cultura de Presidente Prudente, que existe há mais de duas décadas.

Por que trabalhar essa temática? O interesse surgiu porque, até o momento, nenhum TCC discutiu sobre o comércio informal que há mais de 21 anos faz parte da vida dos prudentinos. Outro elemento importante é a inexistência de veículos de comunicação que conte e relate histórias de vidas, cotidiano de pessoas do Shopping Popular.

Adotamos uma linguagem literária utilizada no Jornalismo Humanizado, no qual o personagem central é o ser humano e não a notícia, diferente do jornalismo tradicional que coloca a pessoa só para comprovar o fato.

Portanto, não espere ler nas próximas páginas depoimentos de figurinhas carimbadas, falando de assuntos que você está cansado de saber. Nossa intenção é surpreender, revelar costumes, maneira de viver, dar voz a quem merece ser ouvido. Para conseguir unir todos esses elementos, nada melhor do que adotar o gênero reportagem para explorar as histórias.

Foram aproximadamente dois meses de contato com o local de pesquisa, observado de vários ângulos. Ficamos curiosos em saber mais desse lugar, considerado um ponto turístico, que ajuda a movimentar a economia e, mesmo de maneira informal, emprega muitas pessoas.

Aproveitamos a deixa para lançar uma nova edição da **Retratos**. Fomos além, trazemos em primeira mão histórias jamais contadas com ajuda do Jornalismo Humanizado, fotos, jargões, impressões, amor e solidariedade. Também fizemos questão de ir atrás de pessoas que pudessem colaborar com a revista, como a experiência do jornalista Thiago Ferri com o local e do fotógrafo Weverson Nascimento, que utiliza a fotorreportagem para relatar vidas.

O objetivo da revista é desmistificar os pré-conceitos que ainda existem, mostrar que o Camelódromo não é um local só com produtos ilegais, lá existem pessoas que batalham para levar o sustento para suas casas, buscam alternativas para ter uma vida digna.

Assim, resolvemos relatar histórias, que um dia já vivemos, parecida com a minha e com a sua. Para isso leitor, preparamos com muito carinho essa quinta edição da **Retratos**.

Tenham todos uma boa leitura.

EXPEDIENTE

Coordenação Geral: Fabiana Aline Alves

Colaboradores: Thiago Ferri/ Weverson Nascimento

Projeto gráfico e diagramação: Júlio Dourado

Edição de fotografia: Carlos Alexandre Volpi Junior

Editora chefe: Maria Carolina de Melo Lara

Editora de texto: Leidinéia de Paula Satiro

Repórteres: Carlos Alexandre Volpi Junior, Diviane Silva Alves, Leidinéia de Paula Satiro, Maria Carolina de Melo Lara

Esta revista foi produzida como peça prática do TCC “Revista Retratos: As histórias do primeiro Shopping Popular prudentino pelo Jornalismo Humanizado”, realizado na Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp), da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste), no segundo semestre de 2016.



CRÔNICA

O que procura, senhor?

Eu já não era tão pequeno quando, em meio à Praça da Bandeira, começou a surgir um tal de Shopping Popular. Ainda assim, entretanto, tenho memórias distantes das minhas primeiras impressões no local. Era algo do tipo “o paraíso dos brinquedos e jogos por preços justos”.

Sem entender bem a dinâmica de mercado e comércio, legislação e tributação, legal e ilegal, pra mim aquilo que depois viria a ser apelidado e praticamente rebatizado de Camelódromo era apenas um local de compras onde os mais humildes frequentavam e, sim, podiam andar com sacolas aos montes nos braços.

Muitos “o que procura, senhor?” depois, entendo que a história não é tão simples assim. Mas, não estou aqui a fim de falar de regularidade tributária e fiscal, moral e ética, oportunidade e oportunismo. Para isso, temos muitos e bons juristas. E outros tantos chatos que gostam de textão de Facebook...

Eu quero falar mesmo é como um local tão cheio de dicotomias tem seus questionamentos simplesmente superados pelo tempo e se torna um ambiente do cotidiano do prudentino, quase que um roteiro obrigatório de quem vai ao comércio central da cidade.

Daí, quem me lê agora e não é adepto ao Shopping Popular, franze a testa, faz bico e pensa consigo: “Deus me livre, não me inclua nisso. Eu passo é longe!”. Ok, vai pro ar condicionado então e me deixa terminar o raciocínio.

Falando em ar condicionado, como é quente aquele lugar, né? Quente da temperatura prudentina por si só, quente de tanta gente passando pra “só tô olhando”, quente de tantos boxes aglomerados, quente de tensão e até quente de fogo, literalmente.

De consumidor de brinquedos e jogos a preços justos, cresci e passei a interlocutor do que ali acontecia. Por meio da profissão de jornalista, noticiei muitos fatos atinentes ao Camelódromo e passei muito calor. Mesmo!

Ainda como jovem estagiário do Portal Prudentino, lembro-me que fui mandado até lá para cobrir uma operação da polícia que apreendia CDs e DVDs piratas.

Recobrei na memória, então, uma das aulas de telejornalismo da Thaisa Bacco, quando ela



foto por: Roberto Mancuzo

descreveu que os trabalhadores do Camelódromo não eram muito simpáticos a câmeras, que insistiam em alimentar a imagem negativa do local.

Fui com medo. Mesmo minha câmera sendo uma digitalzinha só pra registrar a operação policial. Cheguei, conversei com alguns boxistas para tentar entender o que acontecia. Expliquei meu objetivo. Muitos já tinham baixado as portas para tentar se livrar do “rapa”. E mesmo após toda a resenha, quando empunhei a pequena câmera

com os braços esticados a frente, pouco acima da altura da cabeça, logo ela foi abaixada por um tapa antes mesmo do clique.

Dois homens saíram de sei lá onde para me interpelar: “Quem é você? Tá tirando foto por quê? Se não é da polícia vaza daqui...”. Expliquei-me de novo. Um dos que eu já tinha conversado antes de ameaçar o clique chegou, argumentou, defendeu-me e brilhantemente finalizou a intempérie: “Como podemos mudar nossa imagem se tratamos com truculência quem pode nos ajudar?”. Ponto. E pronto. Fiz a foto.

Dali, segui para a delegacia seccional onde um caminhão baú descarregaria os vários fardos de mídias apreendidas para contagem. Eu nem era notado, e misturado a um dos tantos policiais que iam e viam por aqueles corredores e em meio a tantos discos espalhados pelo chão, presenciei dois policiais e uma mochila que recebia alguns DVDs após diálogos como: “Esse filme é legal, hein”, “Pô, esse aqui meu moleque vai gostar”.

Pensei em fotografar. Pensei que poderia levar uma coça. Pensei em relatar na matéria. Pensei que poderia ser um furo. Pensei, pensei, pensei. Aí entendi, finalmente, o quão maior era a discussão sobre a regularidade fiscal/tributária e o acesso da população a filmes, discos musicais e jogos eletrônicos; o que seria moral e o que seria ético nisso tudo (?); oportunidade de trabalho ao comerciante popular e oportunismo dos que fazem da sublocação ou monopólio dos boxes um negócio. É de se pensar.

Eu ainda era só um estagiário naquele dia. Voltei outras tantas vezes no Camelódromo para noticiar de tudo um pouco, até um incêndio ocorrido na noite de um sábado que destruiu mais de uma dezena de boxes. Tive de me explicar outras vezes. Fiz contatos. Aprendi a lidar. Nunca mais levei tapa na mão. Se bem que, não foi só um tapa na mão que levei aquele dia.

Thiago Ferri

novembro 2016

- bordão _ 5 **POSSO TE AJUDAR?**
Leid Satiro
- amor _ 8 **EM TODO LUGAR É LUGAR**
Diviane Alves
- amparo _ 10 **SOLIDARIEDADE E FÉ ANDAM JUNTAS**
Carlos Volpi
- futuro _ 14 **OLHOS QUE REVELAM SONHOS**
Carolina Lara
- fotorreportagem _ 17 **PELAS LENTES**
Weverson Nascimento
- trocas _ 20 **EXPERIÊNCIAS COMPARTILHADAS**
Carolina Lara
- infraestrutura _ 23 **PISANDO EM OVOS**
Carolina Lara e Diviane Alves
- proibido _ 28 **ILEGALIDADE VERSUS SOBREVIVÊNCIA**
Carlos Volpi e Leid Satiro
- rádio _ 32 **LIGA O SOM**
Leid Satiro
- protagonista _ 35 **INÍCIO DO CAMELÓDROMO**
Massuo Aoki

Posso te ajudar?

O clichê dos vendedores, que incomoda uns e agrada outros, faz parte da cultura do Camelódromo

por Leid Satiro

“Posso te ajudar?”, esta é a pergunta mais ouvida pelas pessoas que visitam o Camelódromo e é a frase mais falada pelos vendedores. “Posso te ajudar?” Sim, você pode! Preciso pagar minhas contas, comprar um presente, pintar o cabelo, trocar de carro, arrumar uma namorada, perder uns quilos... e por aí vão tantas outras respostas que o vendedor ouve ou corre o risco de escutar após o primeiro contato com o cliente.

Essa é uma velha maneira que eles têm de convencer consumidores a comprar e se aproximar dos boxes. Uma atitude típica implantada pelos patrões e imitada pelos colegas, que podem ser desagradáveis e levar certo incômodo para quem está passando pelo local.

São frases coladas e até mesmo perguntas reforçadas, daquelas que fixam na cabeça, um chiclete preso no sapato, difícil de sair.

E você, diante desta frase qual seria a sua reação? Para o fotógrafo Jefferson Willian Lopes da Silva, 38 anos, que é cliente de vários boxes, responde sempre que não! Ele já tem sua preferência por lojas onde o jeitinho de abordar não é o clichê.

Virginiano puro, fiel às características do signo zodiacal: detalhista, observador, organizado e que carrega o lema “eu analiso” já contou quantas pessoas, na maioria do gênero feminino, o abordaram em menos de uma hora. “Já parei e fiz as contas cerca de 20 pessoas. Esta frase vem das instruções impostas por patrões. Não é interessante! Você fica preso, constrangido”, conta.

O fotógrafo vai duas vezes por semana ao Shopping Popular. Na maioria das vezes passa para ver as novidades e, naquela tarde ensolarada, o motivo foi outro.



A vendedora Margarete, aborda os clientes com o bordão “Posso te ajudar”

Teve problema com o seu celular, por isso foi à procura de solução.

Ao caminhar pelo corredor até chegar ao destino, foi obrigado a ouvir vários “Posso te ajudar?”, mas de cabeça erguida, passos rápidos, enxugando o suor do rosto, parou em frente ao box 11 e, imediatamente, foi atendido. “Muita gente me conhece aqui, mesmo assim o pessoal continua falando, falando. Eu não fico bravo ao extremo. Só falo não e às vezes não respondo, como fiz agora. Sou básico!”, comenta.

São poucos proprietários que têm formas diferentes de pensar e abordar os clientes. É o caso da Patrícia Aparecida Ajonas, 33 anos, que trabalha com outras frases para aproximar a freguesia.

Cabelos longos e pretos, rosto angelical, dentes brancos, sobrancelhas desenhadas, batom vermelho combinando com a cor do esmalte, sapato alto e sorriso largo, a boxista orienta sua equipe de vendedores para não correrem o risco de perder oportunidades nas

vendas e não se tornarem automáticas com a frase mais temida pelos consumidores. “Realmente, virou um bordão do Shopping Popular. Os clientes reclamam muito do atendimento e da frase, as pessoas são mecânicas, não dão muita atenção”, aponta a proprietária.

Em pé, com as mãos apoiadas sobre o balcão de vidros, o colorido das capinhas de celulares a sua volta, dos modelos mais antigos aos novos, foi possível observar a cena. O cliente passou e foi surpreendido com “Olá, boa tarde!”.

Para Patrícia, dar os cumprimentos é como se fosse puxar uma cadeira confortável para o freguês, sorrir é abraçá-lo e olhar é querer o bem. Esse conjunto de ações faz uma grande diferença. Na maioria das vezes as funcionárias estão de cabeça baixa, olhando para outros lados, ou até mesmo com o celular nas mãos e já soltam o bordão.

Leid Satiro

“É automático, as funcionárias ouvem a do vizinho falando. Eu oriento as minhas colaboradoras para fazerem diferente, do vizinho não posso falar por ele”

Patrícia Aparecida Ajonas, boxista

erguendo a sobrancelha com ar de reprova e esticando a boca para o lado esquerdo.

Oposto

Já por outro lado a quem goste de falar e ouvir. É o caso da vendedora Alice Margarete Cordeiro Campos, 50 anos, que trabalha no boxe 2. Cabelo preso por um lacinho colorido, blusa de manga, calça jeans com celular no

bolso, mãos cruzadas para trás do corpo, olhos azuis e alegria no rosto lá estava ela: “Posso te ajudar?”.

Margarete, assim conhecida no Came-

lódromo, não sabe quantas vezes por dia fala a famosa frase, mas sabe muito bem que quando fala o sorriso largo vai junto, independente de ela vender ou apenas dar uma informação. “O Posso te ajudar? Não é você ajudar necessariamente dentro do seu boxe. De repente o cliente chega e pergunta: onde eu encontro capinha de celular? A pessoa

não precisa andar muito. É só mandar ela até o local desejado, pois sabemos onde tem a mercadoria. Não custa nada ajudar!”, relata.

Em questão de minutos veio a confirmação, a balconista Mércia Ruiz, 25 anos, passando por Margarete foi abordada com a frase na companhia de um sorriso de orelha a orelha, talvez o mais radiante daquele corredor, sem exagerar, era exatamente desse jeito.

Infelizmente a mulher de olhos chamativos não vendeu seu produto, mas indicou o boxe que a cliente procurava e ganhou três palavras: “Muito obrigada, tchau!”. Margarete sutilmente guardou com carinho e respondeu: “Por nada, tchau!”.

Mércia não se incomoda, porque todas as vezes que vai até o Shopping Popular a frase realmente auxilia. “Sou a favor, literalmente tenho ajuda. São muitas lojinhas, não teria condições de encontrar os produtos em apenas uma hora, meu tempo é curto. Sorte a nossa de ter pessoas como ela para informar,” conta a



A proprietária Patrícia orienta funcionária no atendimento do cliente Jefferson

Ela é a favor dos colegas saírem do convencional, pois correm o risco de perderem não só as vendas, mas clientes também. “É automático, as funcionárias ouvem a do vizinho falando. Eu oriento as minhas funcionárias para fazerem diferente, do vizinho não posso falar por ele”, frisa

moça estralando os dedos, mordendo a boca e com o olhar vergonhoso para o chão.

“A primeira impressão é a que fica”. Não é mesmo? Será? Tudo porque a primeira abordagem pode determinar o rumo de uma negociação, levar o cliente ao concorrente ou até mesmo fazer com que ele negocie uma excelente compra onde é bem atendido.

Para o professor da Faculdade de Comunicação Social de Presidente Prudente (Facopp) e analista de atendimento do Sebrae, Alexandre Bavaresco Macedo, 36 anos, o “Posso te ajudar?” tem dois lados, o que dá assistência e o que atrapalha. “Vejo pelo lado positivo e negativo. Positivo é sempre uma oferta de um produto não por conveniência, mas por necessidade. Eles

conseguem encaminhar o cliente para uma infinidade de produtos e direcioná-los. O negativo é que às vezes acaba atordoando pela repetição, por ouvir várias vezes”, explica.

Alexandre afirma que: “quem não grita, não leva”, e é difícil fugir da frase pelo fato deles serem barrados a colocarem os produtos para fora do boxe, projetá-los na calçada e o limite de espaço torna o *merchandising* visual complicado.

A frase é uma espécie de bússola, que serve para dar um norte a quem está perdido, serviço que ajuda mesmo. Produto de negócio, criado por eles, que não tem como abandonar. E aí, depois de ver os dois lados o “Posso te ajudar?”, te incomodou ou agradou?

Carlos Volpi



Alguns vendedores do Shopping Popular abordam os clientes com a famosa frase

Em todo lugar é lugar

Quem pensa que no Camelódromo só “rola” negócios, precisa dar continuidade na leitura dessa reportagem, mas só para adiantar: lá o amor também acontece

por Diviane Alves

Amor? É o amor. Engana-se quem pensa que isso tem hora e lugar para acontecer. Ele pode estar a dois, três, quatro passos de você ou até mesmo uma légua de distância. No Camelódromo esse sentimento já florou entre funcionários, patrões e também funcionários e patrões.

O boxista Givanelo Martins da Silva, mais conhecido como Bige, 38 anos, e Gilmara Gomes dos Santos, a Gi, 31 anos, são casados e proprietários do boxe 98, mas nem sempre foi assim. Gi era funcionária e Bige proprietário de boxe. Eles se conheceram ali no Camelódromo. “Nós nos conhecemos porque eu trabalhava em um boxe e ele sempre ia ao meu serviço buscar mercadorias”.

O Bige teve que suar bastante a camisa e levar muitos bombons, água de coco e lanchinhos para a Gi.

“Ele fez isso por seis meses, nisso eu morava sozinha e ele sempre falava para eu o deixar ir até minha casa para nós conversarmos, mas nunca deixava”, lembra.

O proprietário, na época, morava em um hotel, e uma vizinha da Gi a fez mudar de ideia, incentivando-a a dar uma oportunidade ao Bige.

“Aqui foi um bom lugar para nós nos conhecermos melhor. Foi importante, pois o nosso ciclo de amizade era totalmente diferente e o lugar nos aproximou ainda mais”

Gilmara Gomes dos Santos, boxista

A persistência do garoto e o empurrãozinho da vizinha “cupido” fez com que o relacionamento do casal tornasse realidade. “Foi aí que eu comecei a pensar na possibilidade de conhecê-lo, entreguei nas mãos de Deus e tentei”, destaca Gilmara.

A insistência do Bige valeu a pena e por incrível que pareça, eles namoraram

apenas 36 horas. “Lembro que em uma segunda-feira, fui ao hotel onde ele morava. Na terça-feira o convidei para jantar em casa, nisso ele acabou ficando e estamos juntos até hoje”, lembra Gilmara.

Casados há cinco anos, os presentes e as visitas diárias no trabalho resultaram em muitas alegrias ao casal, como a pequena Sophia de três aninhos, que é fruto desse amor.

Porém, nem só de alegrias vive o amor. Gilmara é tímida e não quis entrar nos detalhes, mas Bige, nada acanhado, agradece a Deus e depois a

esposa, por ter acreditado, confiado nele nos momentos difíceis. “Quando nos conhecemos eu estava ‘perdido’ nas drogas. Teve um dia que eu vendi uma novilha que eu tinha por R\$ 3 mil. Eu dei ao pai dela mil reais para construir um quarto no fundo da casa dele para nós morarmos e o restante gastei comprando

drogas. O que me fez ‘acordar para a vida’ foi uma ligação que fiz para a Gi, que, quando atendeu, disse que estava na igreja. Isso me fez pensar, pois enquanto ela estava buscando a Deus, eu estava ‘enfiado’ em um quarto, acabando com a minha vida”.

Para o casal, não tinha lugar melhor para o relacionamento deles acontecer. “Aqui foi um bom lugar para nós nos conhecermos melhor. Foi importante, pois o nosso ciclo de amizade era totalmente diferente e o lugar nos aproximou ainda mais. Hoje, continua sendo bom, ficamos juntos o dia inteiro e nos damos super bem”, conta Gilmara.

O amor também bateu na porta do casal Leonardo Jorge da Silva, de 21 anos, funcionário do boxe 31, e Beatriz Costa da Silva, de 18 anos, funcionária do boxe 238. Na porta não, no caso deles o

amor passou pelo corredor onde o casal trabalhava. E você acha que eles foram bobos? Não, eles não perderam tempo, agarraram esse sentimento e estão juntos há um ano e cinco meses. “Eu gostei dela e então pedi o telefone para as amigas da Beatriz. Em pouco tempo, começamos a conversar”, diz Leonardo.

Beatriz conta que, após começarem a conversar, veio o primeiro encontro. Nesse dia o Leonardo convidou a Bia para ir ao cinema assistir *Cinquenta tons de cinza*. “Eu aceitei, pois todos estavam falando que o filme era muito bom, mas não sabia que tinha tanta besteira. Quando o filme acabou, sai do cinema e não conseguia olhar para o rosto do Leonardo de tanta vergonha. Depois disso, levaram aproximadamente dois meses para nós assumirmos o namoro”, relata Beatriz.

Léo não esperava que no Camelódromo fosse encontrar uma namorada, mas, como a vida é uma caixinha de surpresa, as coisas simplesmente aconteceram. “Foi melhor ter sido aqui do que numa balada. Bastantes coisas da minha vida foram passadas aqui. Por isso, o Camelódromo tem muito significado para mim. Arrumei meu primeiro emprego e já tem quatro anos que trabalho no local”, conta Leonardo.

Segundo o representante da futura Associação do Camelódromo, Roberto de Lima Ramos, 45 anos, aproximadamente 550 pessoas entre proprietários e funcionários passam pelo menos 11 horas do dia trabalhando no local. Com tanto tempo juntos, as amizades, inimizades, companheirismo e também o amor vão florescer. Ah, o amor!

Diviane Alves



“Nosso encontro foi de Deus, acredito que era para acontecer”, diz a proprietária de boxe Gilmara

SOLIDARIEDADE E FÉ ANDAM JUNTAS

Conheça histórias de atos de bem ao próximo, que estão presentes no dia a dia das pessoas do Shopping Popular

por Carlos Volpi



Carlos Volpi

A funcionária Karina Lopes tem o hábito diário de levar sua marmita para esquentar no trailer-bar do San

Sentado na cadeira laranja, de camisa lilás listrada, calça jeans e sapato social, confortavelmente, lá estava o comerciante Edson Shigueiru Uemura, 59 anos, observando o vai e vem de pessoas pelo Shopping Popular, na companhia do velho amigo, “o cigarro” entre os dedos da mão direita.

Edson conhecido popularmente como

“San”, é proprietário de um trailer-bar no Camelódromo há 16 anos e, desde quando começou a trabalhar no local, segue o pedido da antiga dona, uma amiga especial: esquentar as marmitas no microondas para os funcionários do local.

O pedido foi aceito. Esse gesto de carinho e cumplicidade com os colegas acontece de

segunda a sábado. Têm pessoas que aparecem antes do meio-dia, outras após.

E, de repente, exatas 10h50, veio a primeira do dia: “San você esquentar pra mim?”. Num piscar de olhos, joga o cigarro no chão, apaga e diz: “Esquento.”

A partir deste momento, as visitas chegavam com as mãos ocupadas. Eram marmitas de vários tipos, cores e tamanhos. Umas embrulhadas, como se fosse um presente, outras em sacolinhas de mercado e aquelas “peladas”, totalmente à mostra.

Enquanto a vasilha gira por minutos no microondas, San e os respectivos donos das refeições jogam conversa fora. Quando ela sai, além de vir quentinha, deixa sua marca, o cheiro. *Hummm...* um cheiro inconfundível de comida, um sinal típico de “é hora do almoço”.

San entrega a marmita e junto vai o sorriso tímido, mas com alegria. Esse ato generoso por mais simples que seja, tem a mistura de carinho e amor em ajudar o próximo e traz uma satisfação grande para ele. “Sinto-me bem fazendo isso. Faz parte da vida da gente, fazer alguma coisa para o próximo. As pessoas gostam e a gente precisa um do outro”, relata.

Uma das pessoas beneficiada pela soli-

dariedade do comerciante é a funcionária do boxe 61, Karina Lopes das Neves, 21 anos. A moça de olhos e cabelos castanhos, dentes brancos, boca larga e de voz suave trabalha há dois anos no Camelódromo. Por indicação de sua prima que também trabalha lá, começou a trazer marmita de casa e esquentar diariamente no trailer-bar do tímido San.

Para Karina, o ato generoso que ele tem vai além da bondade, porque contribui sem cobrar absolutamente nada, nada mesmo. “Ele esquentar porque é uma pessoa boa e a gente acaba consumindo as mercadorias do bar dele”, conta.

Além de retribuir comprando os produtos de San, a funcionária traz de casa doce para presentear. Uma forma de agradecimento pela solidariedade de anos e anos com ela e o pessoal de outros boxes.

Esse ato generoso que San tem em ajudar as pessoas, não está apenas ali no aperto entre os boxes, vai além. “Eu sempre fui solidário através da igreja e da comunidade. Onde eu estiver e puder, vou ajudar”, salienta com os olhos brilhando.

O comerciante não é o único que se destaca no Camelódromo, como o solidário dos

Carlos Volpi



José Carlos tem o costume diário de ler, ao menos, duas páginas da bíblia sagrada durante o dia de trabalho no Camelódromo



Costurado, além de ajudar as pessoas do Camelódromo, também recebe agradamentos dos funcionários e proprietários

colegas. Tem também o Luiz Carlos Prudêncio, 43 anos, o famoso “Costurado”, homem de poucas palavras, mas de coração grandioso, que está sempre disposto a contribuir com o próximo.

Com camisa de futebol, óculos de sol pendurado na gola, bermuda azul jeans e chinelo nos pés, o popular e queridinho “Costurado” percorre as vielas dos boxes várias vezes por dia para ver se alguém precisa de ajuda e isso acontece desde a sua infância.

Para ele, ir todos os dias para o Shopping Popular é legal, as pessoas recebem e tratam bem. “Eu acho que são tudo gente boa, porque um dá um negócio e um dá outro [sic]”, diz.

Costurado ganha agradamentos como: abraços, sorrisos, aperto de mão, tapinha nas costas, brinquedos, celular, CDs, comida, dinheiro e muitos agradecimentos. “As pessoas me dão R\$2, R\$5 ou R\$10”, declara.

Os mimos recebidos são de funcionários e proprietários que o recompensam pelo seu trabalho, já que ele sai do Camelódromo para

pagar contas, ir ao mercado, sorveteria, farmácia e tantos outros lugares. Além de prestar serviços, Costurado tem o coração bondoso, colabora com os moradores de ruas, aqueles que se encontram na Praça da Bandeira. “Quando não estou com fome, levo comida para os mendigos, coitadinhos”, conclui.

Deus está no Camelódromo

Guardada em uma caixa velha de plástico amarela, na presença de livros e objetos, lá estava ela: a bíblia sagrada, de cor marrom, com fitinha que separava os capítulos do Antigo e Novo Testamento. A escritura está, aproximadamente, há 545 dias guardada naquele lugar especial, reservado exclusivamente para ela, ao lado de outra caixa, na cor vermelha com garrafas de refrigerantes vazias, atrás de um balcão do bar.

Ela pertence ao proprietário do trailer-bar José Carlos Fonseca, 65 anos. Seu José ganhou de presente da sua filha,

em comemoração ao Dia dos Pais. De cabelos brancos, mãos frágeis com pintinhas, marcas do tempo, ele segura firmemente a palavra de Deus.

Todo o dia lê, ao menos, duas páginas dela. “Eu não tenho preferência, lendo toda é o mais importante. Eu gosto de tudo, mas os salmos são o mais bonitos”, ressalta.

José Carlos é presbiteriano e tem costume de ler a bíblia no seu trailer, instalado no Camelódromo. O hábito de compreender a palavra era só na igreja e às vezes em casa, tornou-se mais frequente porque agora ele é dono e não funcionário como os empregos anteriores.

Para o comerciante, a palavra de Deus torna as pessoas melhores espiritualmente e segui-la é importante na vida de qualquer ser humano. “Eu acho que vem muito do jeito das pessoas, alguns conseguem mudar, mas nem

todos. A religião é um equilíbrio social e a igreja tira de várias coisas ruins”, afirma.

Passeando pelos boxes do Camelódromo, a poucos metros do 87, ouvia-se músicas com toques e letras e som suave, suave. Canções que traziam paz aos corações de quem por ali andava, mesmo que apressadamente.

Aline Florentino Medrado, 34 anos, é a proprietária desse boxe da paz e harmonia. Há 16 anos ela trabalha com artigos religiosos como chaveiros, cartões, CDs, DVDs, lembrancinhas e bíblias. Sua loja é exclusiva no Camelódromo, pois é a única que vende esse tipo de mercadoria.

Trabalhar no ramo de produtos evangélicos é importante para a boxista que também é cantora e missionária da igreja. “As pessoas acham que o saciar dessa terra, os bens materiais completam o ego humano. Mas a alma tem sede de Deus, sede de buscar a ele”, finaliza.

Carlos Volpi

“Sinto-me bem fazendo isso.

Faz parte da vida da gente, fazer alguma coisa para o próximo”

Edson Shigueiru Uemura, comerciante



Há 16 anos, a comerciante Aline Medrado trabalha com vendas de produtos religiosos no Camelódromo, os mais vendidos são: CDs e DVDs

Olhos que revelam sonhos

Três jovens e um mesmo objetivo: vencer na vida

por Carolina Lara

Caminhando pelos corredores do Camelódromo, em busca de mais um personagem, avistei uma mãe amamentando seu filho, continuei andando mais três passos e parei, minha cabeça foi tomada por várias perguntas. Como assim um recém-nascido aqui no Shopping Popular? Ela deve ser a proprietária do boxe? Funcionária? Para responder minhas perguntas voltei para conversar com a jovem de cabelos pretos, pele clara e olhar cativante.

Com a frase: “Oi moça, posso te ajudar?” Fui recebida por Akylla Oliveira dos Santos, 26 anos. Expliquei o que estava fazendo ali e que jamais imaginei encontrar um bebê naquele lugar, não tão novo! Sem medo ela começou a falar sobre sua vida, no mesmo instante, tive certeza que seria uma das personagens e para a minha sorte estava disposta a contar sua história.

“Fico imaginando como seria minha vida se eu não

tivesse entrado aqui, porque ela se resume no Camelódromo. Tudo o que eu tenho foi conquistado trabalhando neste lugar”, declara. Comprar um carro, morar fora e adquirir a casa própria são sonhos de qualquer um, inclusive para três jovens que tem o mesmo objetivo: vencer na vida.

E quem nunca sonhou em ter seu negócio, acordar mais tarde, ir trabalhar no horário que quisesse e deixar alguém responsável pelo estabelecimento? Acredito que muitos. Mas não é bem assim que jovens empreendedores do Shopping Popular vivem suas vidas.

Após se tornarem boxistas, a vontade muda completamente. Acordar e chegar tarde ao trabalho são desejos de quando eram



O sonho de melhorar de vida é devido à chegada do Luis Miguel

funcionários e, não agora, na posição de patrões.

Akylla é sonhadora, mãe de primeira viagem, deseja todos

os dias sair do aluguel. Antes de engravidar já pensava na casa própria, mas a vontade se tornou maior com a chegada do Luis Miguel, de dois meses.

“Eu nunca imaginei que ficaria tanto tempo trabalhando neste lugar, faz oito anos que estou no Camelódromo e em novembro fará dois anos que consegui abrir meu próprio boxe”, ressalta.

A vontade de melhorar a vida e ter conforto é o que muitos querem. “Antes eu trabalhava para me sustentar agora é diferente, preciso ter mais ambição, mas aquela ambição boa que você busca melhorar a cada dia a sua vida e isso só depende de mim. No fundo todo mundo precisa ter ambição, senão acaba se acomodando, aceitando qualquer coisa”, afirma.

O que motiva a jovem todos os dias é o desejo de alcançar seu sonho. A estratégia de vendas é trocar as mercadorias de lugar, luminária, carregadores de celulares e notebooks, cabos para conversores e adaptadores.

Ela afirma que essa mudança de um lugar para o outro faz com que o cliente olhe para o produto de forma diferente, é como se não estivesse visto anteriormente. “É essa a minha estratégia mudar as coisas de lugar para atrair o cliente, além do conhecimento desses produtos. O meu objetivo era vender mercadorias que ninguém tivesse e que conseguisse um retorno rápido, não



Impossível não perceber a satisfação no olhar do barbeiro Igor pelo que faz

queria copiar ninguém e sim vender aquilo que as pessoas estavam precisando e ninguém tinha”, relata.

Em busca de novos horizontes

Vender o carro para investir no próprio negócio vale a pena? Não é fácil vender aquilo que conquistou, não é mesmo? Mas a vontade de realizar o sonho e

que não cabia em si de tanta felicidade, os olhos confirmavam a satisfação de ter alcançado o sonho naquele dia da inauguração.

Antes de abrir o salão, Igor tinha o sonho de seguir a carreira militar, chegou perto e, na última prova, foi reprovado. Ainda não desistiu, mas hoje esse sonho não é mais prioridade. “O meu

objetivo agora é cuidar da barbearia, aprender novos cortes, porque o cliente chega aqui e quer um modelo diferente, eu preciso saber”, afirma.

“O Camelódromo transformou minha vida, conforme fui aprendendo a administrar o meu negócio, fui conquistando minhas coisas, como a faculdade e a minha moto”

Pedro Jorge Torres da Silva, boxista

a confiança que daria certo, fez com que o “mais novo empreendedor” do Camelódromo, Igor Frederico de Almeida Guntendorfer, 22 anos, vendesse o carro para abrir sua barbearia. “Eu sempre almejei trabalhar por conta própria, hoje eu estou muito realizado”, declara.

Na última quinta-feira do mês de julho, 28, foi possível acompanhar esta alegria. Com enorme sorriso no rosto

A ideia de abrir o salão surgiu quando Igor serviu de modelo para o amigo Felipe, que fez o curso de corte, barba e sobancelha masculino. “Achei interessante e resolvi fazer o curso”, lembra.

De imediato, não imaginou abrir o salão no Camelódromo, mas a parceria com o amigo não deu certo e ele precisava de outro lugar. Criar o logotipo para a barbearia não foi nada fácil,

essa tarefa fez com que ele passasse a madrugada toda acordado. O empreendedor pensou em cada detalhe, ajudou na pintura, mandou confeccionar uma penteadeira rústica, pendurou quadros, esteve à frente do negócio.

Antes do curso de barbearia, Igor tinha trabalhado oito meses no Prudenshopping, essa experiência ajudou pensar em um espaço acolhedor e, para comodidade dos clientes instalou, ar condicionado, bebedouro, poltrona e puffs. Enquanto

ele trabalha no Shopping Popular. Antes de assumir a responsabilidade do boxe, sua vida era mais tranquila, tinha vida social, viajava com padrasto para comprar as mercadorias. Costumavam ir uma vez por semana, todos os sábados, dormiam no Paraguai e pegavam o caminho de volta no domingo à tarde.

“As dificuldades da viagem, ficar noite sem dormir, pegar estrada, eu percebi que isso não era vida para mim, por isso aceitei trabalhar aqui. Essa mudança fez com que

podia gastar, precisava economizar. Mas com a “ajudinha” do padrasto a administração e outras coisas ficaram mais tranquilas. “Hoje eu estou realizado, mas não completo. Realizado sim, porque quando você faz seu melhor, coisas boas acontecem os clientes elogiam, acabo trabalhando motivado. Confesso que no início eu não gostava de vir trabalhar, mas com o tempo aprendi a gostar, fiz amizades com as pessoas. O Camelódromo transformou minha vida,



A vantagem de ser patrão é que Pedro consegue estudar no local para as provas

jovens como Akylla e Igor desejam seguir carreira no Camelódromo, existem os que não querem. É o caso de Pedro Jorge Torres da Silva, 22 anos, estudante de Ciências Contábeis.

Para ele, o local é só de passagem. “Terminar a faculdade, fazer uma pós-graduação, morar fora, prestar um concurso público talvez, trabalhar numa empresa multinacional são objetivos que eu venho buscando”, declara.

Em dezembro de 2016, completará quatro anos que

eu começasse minha faculdade, eu quero algo melhor”, afirma.

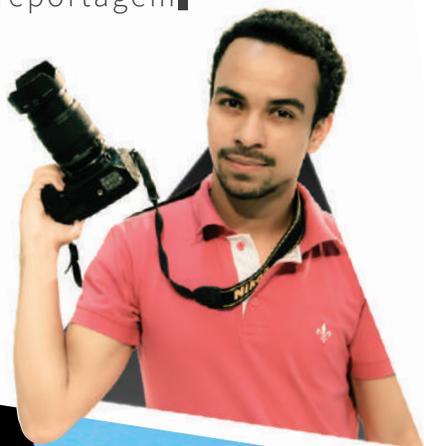
Assim como Akylla e Igor, Pedro também consegue dinheiro com o comércio do local, paga sua faculdade e se sustenta. O jovem vende produtos eletrônicos como videogame, DVDs de jogos, roteador de wifi, teclado de computador, aparelho de som para carro, perfumes e cremes importados.

No início o boxista teve bastantes dificuldades para organizar a nova vida. O dinheiro que entrava não

conforme fui aprendendo a administrar o meu negócio, fui conquistando minhas coisas, como a faculdade e a minha moto”, conclui.

Antigamente os jovens dependiam mais do empurrãozinho dos pais para conseguir caminhar com as próprias pernas. Hoje, eles buscam mais cedo sua própria independência para seguir seu caminho. A busca pelo sonho fez os jovens Akylla, Igor e Pedro correrem atrás de seus objetivos. E você está correndo atrás do seu?

fotorreportagem



PELAS LENTES

por Weverson Nascimento

A fotorreportagem foi o gênero utilizado pelo estudante de Jornalismo Weverson Nascimento para mostrar o cotidiano do shopping popular.





“ A minha experiência na fotorreportagem não foi simplesmente registrar um camelódromo e sim a vida cotidiana e o pluralismo de uma sociedade. O lugar onde se encontra de tudo e de todos. As cores vivas e marcantes de seus produtos, fascina a beleza do comércio e foi através delas que construí a minha visão e linguagem fotográfica ”

Weverson Nascimento, estudante





Experiências compartilhadas

A necessidade fez o vendedor Jhonatan iniciar suas vendas no shopping popular para ajudar a mãe

por Carolina Lara

Todas as vezes que encontrava o vendedor Jhonatan Aguiar Alves, de 24 anos, no Camelódromo eu ganhava sorrisos. Mas, naquela tarde, foi diferente. Apareceu tímido, talvez porque eu estava ali, pronta para segui-lo em suas vendas pelo Shopping Popular.

O braço direito segurava o capacete e a bolsa térmica aberta. Com força o jovem carregava a mochila cheia de “delícias”. Tinha pavê de morango, sonho de valsa, pudim de chocolate e leite condensado, bolo de cenoura, chocolate cremoso com creme belga, bombons, bolachinhas, cone de leite ninho e bolo salgado com molho verde. *Hum...* Essas gostosuras deram água na boca e vontade de experimentá-las não faltou, queria todas.

Continuando o trajeto pelos corredores do Camelódromo, de repente, sai do boxe uma menina toda empolgada. Não porque me viu, mas por causa do Jhonatan. Ela aproxima, procura de um lado e procura do outro a sua encomenda: o doce de chocolate com limão. Era notável ver em seu rosto a decepção de não ter encontrado e foi logo perguntando: “você não guardou meu doce, Jhonatan?!” Com calma o jovem procurou na mochila e aliviada a menina sorri, segurando o doce nas mãos.

Jhonatan não é dono de boxe, não vende nenhuma mercadoria do Shopping Popular, mas há dez meses passa por lá vendendo doces e salgados que sua mãe Luciana faz. “Eu me encontrei desempregado sem serviço,

Carolina Lara



Jhonatan é responsável por adoçar o paladar dos camelôs

“*Eu comecei com a intenção de ajudar, hoje a venda é a renda da família, com o dinheiro dos doces e salgados minha mãe consegue pagar o aluguel, energia, água e fazer o mercado*”

Jhonatan Aguiar Alves, vendedor



A cada parada Jhonatan se diverte com a indecisão dos clientes

minha mãe já fazia os doces e salgados, mas ela estava desistindo de seu sonho, porque ela não tinha o dom de vender e sim de fazer”, declara.

Vendo a mãe naquela situação, o rapaz avisou que no outro dia sairia para vender. “Eu tinha certeza da minha capacidade com as vendas, no primeiro dia eu coloquei tudo na mochila, vim morrendo de vergonha. Eu chegava sempre cumprimentando as pessoas, meio tímido. ‘Olá, boa tarde, tudo bem?’ E eu comecei a criar um vínculo com o cliente, sempre usei o nome da minha mãe, o mérito era dela. Dizia para as pessoas que durante muitos anos ela trabalhou na melhor padaria de Prudente”, afirma.

Nos primeiros dias Jhonatan chegava a vender R\$70, nenhum momento pensou em desistir, pois sabia que era necessário que as pessoas experimentassem para depois fazer propagandas, do tipo “boca a boca”. “Hoje eu sou bem conhecido, nem preciso mais comentar que é minha mãe quem faz. Eu ganhei a confiança das pessoas, por ser bom o que vendo”, conta.

Hoje o “Menino do Doce”, como é conhecido por todos, nem precisa fazer esforço para vender, as guloseimas saem praticamente sozinhas da mochila, de tanta gostosura. Ele vai toda semana para o Shopping Popular, de segunda a sexta-feira, depois das 14h, já aos sábados mais cedo, a partir das 11h30.

Ele passa lentamente por nove corredores com a mochila aberta e dá para ver em seu rosto a alegria pelo que faz. As pessoas chamam, escolhem, dão o dinheiro e ele segue o caminho.

“Eu comecei com a intenção de ajudar, hoje a venda é a renda da família, com o dinheiro dos doces e salgados minha mãe consegue pagar o aluguel, energia, água e fazer o mercado. Toda vez que eu venho para cá, vendo quase tudo e, para voltar para casa sem nada, vou para o Calçadão terminar de vender”, conclui.

Após terminar as vendas no Camelódromo, sentamos numa mureta, conversamos um pouco mais e eu não resisti, comprei o pudim de chocolate cremoso. *Hum!* E sabe o que achei? Muito, muito bom mesmo!

Além do “Menino do Doce”, ainda é possível encontrar pelo Camelódromo a Josiane Linanor da Cunha Botin, 34 anos, que também presta serviços no local.

É manicure e há quatro anos cuida das meninas do local. Josiane trabalhou um ano no Shopping Popular, era vendedora de bolsas. Nesta época, observou que as mulheres tinham uma manicure particular e que toda semana ela vinha fazer as unhas das boxistas. A partir daquele momento ela se interessou pela profissão, trabalhava até às 18h e ia direto para o curso. “Eu observei que as meninas não podiam sair para irem ao salão e resolvi investir”, afirma.

Sobrancelhas, depilação de buço, pernas e axilas são os serviços que a manicure realiza para as clientes. Estranho? Sim, um pouco. Quando ela disse que depilava, fiquei surpresa.

Entre um cliente e outro as funcionárias do Shopping Popular param e Josiane começa a trabalhar, faz unhas e depilação ali mesmo. Às vezes a amiga do lado ou da frente olha o boxe da outra para não atrasar a manicure.

Hoje isso é muito comum no local, no início a vendedora Ana Paula da Silva, 27 anos, sentia vergonha quando estava depilando a perna e chegava algum cliente. “Isso acabou se tornando normal para nós, é igual fazer as refeições aqui. Me incomodava quando eu estava almoçando e chegava um cliente eu tinha que engolir a comida rápido para atender. Com o passar do tempo isso passa a

fazer parte do nosso dia a dia”, conta.

De vendedora, Josiane passou para empreendedora, assim como Jhonatan que viu uma oportunidade para trabalhar no Camelódromo, por conta própria. Devido à agenda lotada, hoje ela não consegue encaixar mais ninguém, são aproximadamente dez clientes no dia.

Com o aumento da clientela, a *nécessaire* não comportava mais os instrumentos de trabalho e ao ver a amiga Nayara utilizando uma mala de rodinha carregando suas coisas de fazer unha aderiu a ideia. “No começo eu atendia a domicílio, com a fidelização das clientes tive que abrir mão de ir às casas das pessoas, passei a trabalhar somente para as clientes daqui e do Calçadão”, declara.

E, para quem achava que as mãos não fizessem pose, não fossem fotografadas e que não mereciam espaço nas redes sociais, se enganou! Josiane, após finalizar o seu trabalho, tira uma, duas, três, quatro fotos das unhas de suas clientes. As imagens são editadas e depois colocadas no facebook.

A manicure marca as clientes, divulga o trabalho e as meninas agradecem, pois acabam pedindo a mesma cor do esmalte ou do desenho postado. “As meninas daqui são muito vaidosas, elas me acolheram bem. Gosto de trabalhar aqui, o Camelódromo é importante para mim, é daqui que eu tiro o sustento da minha família”, afirma.

Carolina Lara



Entre um boxe e outro, a manicure Josiane tira seu sustento

PISANDO EM OVOS

Ação do Ministério Público obriga prefeitura de Presidente Prudente a organizar comércio informal

por Carolina Lara e Diviane Alves

“A função social do projeto feito para o Camelódromo, inicialmente, não existe mais. Nós temos altas provas de que, naquele local, tem pessoas que possuem de quatro a onze boxes”, afirma o promotor da Segunda Promotoria da Justiça de Presidente Prudente André Luís Felício, de 49 anos.

O objetivo do projeto criado no final de 1994, pela ex-secretária da Indústria Comércio e Agricultura de Presidente Prudente, Cidene Miranda Mello João, 63 anos, era que o Camelódromo funcionasse como uma incubadora, onde as pessoas que não tinham condições financeiras permanecessem por dois anos no local.

Passando esse período, a prefeitura faria um recadastramento para que outras pessoas pudessem trabalhar. “Eu precisava arrumar um lugar para os

camelôs, desta forma eu também resolveria os problemas enfrentados pelos lojistas que na época reclamavam da presença dos ambulantes que montavam as barracas na frente das lojas”, afirma Cidene.

Segundo a ex-secretária, o projeto não foi seguido, pois houve falhas por parte da Prefeitura Municipal. “Quando um projeto é criado, ele é deixado por escrito, e o próximo secretário que assume pode até modificá-lo, mas a proposta deve continuar”, diz.

O responsável pelo setor de fiscalização da Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Presidente Prudente (Sedep), Adriano Calixto Alves, 44 anos, diz que a questão do projeto criado pela ex-secretária não teve continuidade porque não era exigido o recadastramento.

O fiscal acrescenta que os

prefeitos não pensavam na questão social, pois muitos que estavam ali precisavam trabalhar.

“Em 1997 no mandato do ex-prefeito Mauro Bragato, nós coibimos que novas pessoas entrassem no local e deixamos apenas aqueles que já estavam trabalhando. O projeto feito pela secretária não foi esquecido, apenas não são seguidas as características iniciais. Para arrumar o que está estragado a melhor medida é começar tudo de novo. Mas prejudicar as pessoas não é e nunca foi o objetivo de nenhum prefeito. Não sou a favor de continuar fazendo errado, mas com a ação da promotoria 100% do Camelódromo será regularizado e poderá atender o objetivo inicial”, declara.

O promotor explica que o Camelódromo é regulamentado pelo município e que a prefeitura de Presidente Prudente tem

obrigação de organizar o comércio, pois ele funciona dentro de um espaço público. “Hoje, não se sabe quem trabalha no Camelódromo e isso não pode acontecer, pois é de responsabilidade do prefeito delegar ao secretário de Desenvolvimento e Comércio esta função”, conclui.

Outro problema no Camelódromo é a instalação de boxes nas áreas verdes e lugares inapropriados. Esses e outros motivos levaram o Ministério Público a entrar com uma ação civil em 2014 contra o município. Ela foi realizada pelo promotor Felício, tinha o objetivo de revitalizar e desocupar a Praça da Bandeira

para que a população pudesse utilizá-la, mas a decisão do segundo aspecto não foi aceita.

O Ministério Público recorreu e o Tribunal de Justiça decidiu acatar a decisão do juiz. Por isso, no Camelódromo permanecerão alguns comerciantes, aqueles que precisam trabalhar e os que não tiverem nenhum bem material no nome. Quanto aos boxes que foram construídos de forma irregular, terão que sair imediatamente.

Infraestrutura

“Levei um engenheiro até o Camelódromo, ele disse que, se pegasse fogo no local, em apenas sete minutos tudo seria consumido e que muita gente iria morrer, não só queimada, mas

também intoxicada. Isso aconteceria não só por conta da logística ou pelo fato dos corredores serem apertados e compridos, mas porque as fiações ficam expostas e por



O descaso da prefeitura com o Camelódromo e a falta de fiscalização no local motivou o promotor Felício a entrar com a ação

possuir características inflamáveis”, argumenta o promotor.

Além do que foi relatado pelo promotor, os boxes possuem padrões irregulares, não têm modelo arquitetônico uniformizado, possuem tamanhos diferentes, são pintados com diferentes cores. Na parte externa alguns corredores são revestidos de concreto,

“Levei um engenheiro até o Camelódromo, ele disse que, se pegasse fogo no local, em apenas sete minutos tudo seria consumido e que muita gente iria morrer, não só queimada, mas também intoxicada”

André Luís Felício, promotor

outros com piso e pedras portuguesas. Os calçamentos possuem buracos, rachaduras e elevações capazes de provocar acidentes. Um dos motivos que leva a infraestrutura

do Camelódromo ser tão precária, é que os problemas existentes nos boxes são resolvidos individualmente e não coletivamente. Cada proprietário fica responsável pela manutenção do seu boxe e a Prefeitura Municipal pela Praça da Bandeira.

Segundo Adriano responsável pela fiscalização, a praça é pública e os gastos realizados nela podem ser justificados junto ao Tribunal de Contas, já os boxes são considerados propriedades particulares e a prefeitura não pode

investir neles.

“Aqui no Camelódromo a infraestrutura dos boxes é muito ruim. Uns são mais baixos, outros são mais altos e isso faz com que em dias de chuva forte acumule água na cobertura. Essa água escorre pelas paredes e acaba molhando as mercadorias, sem contar que queima os reatores das lâmpadas”, diz a funcionária, Carla Dias Gomes, 34. O bombeiro Renato Neli Flores, 42 anos, diz que, além dos problemas

da infraestrutura, existe a falta de acessibilidade no local. “Essa questão está sendo prolongada desde quando a Praça da Bandeira foi construída e, depois que ela

foi ocupada pelos comerciantes, esse problema continuou sem solução. Por se tratar de um comércio informal, tem uma série de normas e regras que não são aplicadas no Camelódromo, mas que funciona no comércio formal, uma delas é a Auto Vistoria do Corpo de Bombeiro (AVCB)”, afirma.

Sobre a acessibilidade há quem reclame também, é o caso da dona de casa Eliana Emílio, 29 anos. “Se o cadeirante for leve, tudo bem, ele passa tranquilo, mas se for uma pessoa mais pesada, é bem provável que ela irá passar pelos corredores com muita dificuldade. Tenho uma irmã cadeirante e sabemos o quanto é complicado transitar no camelódromo. O calçamento precisa ser modificado e deveria ter antiderrapante. Outro problema são as grades dos esgotos, pois uma vez a cadeira da minha irmã enroscou em uma delas e ela quase sofreu um acidente”, destaca.

Hoje o Camelódromo possui 270 boxes com diferentes tamanhos. Na parte externa do Shopping Popular, as lojas têm aproximadamente 1,85m x 3,50m, os boxes da parte interna possuem 1,40m x 1,85m. “É possível notar que 100% deles não foi realizado nenhuma medida de segurança como, por exemplo: extintor de incêndio, treinamento, *sprinters*, sabe se lá como foi feito as ligações. Hoje tudo tem regras, principalmente para tipos de fiações, de pintura, o material que foi usado e o que está sendo vendido”, declara o bombeiro.



As calçadas dos boxes não são padronizadas e alguns materiais são capazes de provocar acidentes



A Praça da Bandeira, por ser esquecida pela Prefeitura Municipal, possui muitos buracos

Diviane Alves



A reforma dos banheiros foi feita pela Prudenco e o parque de obra é fruto da reivindicação dos camelôs

Segundo Flores os produtos que são vendidos no local propagam chamas facilmente, como, por exemplo, as capinhas feitas de silicone e os brinquedos que são de plástico, já os boxes de eletrônicos que vendem produtos com bateria, tem um perigo maior, pois elas são feitas de lítio, um material pirofórico. “É necessário ter cuidado, pois esses produtos colocam a vida de muita gente em risco”, afirma.

O bombeiro explica que a infraestrutura do local precisa ser regularizada, é necessário fazer um projeto de engenharia de segurança,

Diviane Alves



Situação do banheiro feminino antes da reforma feita pela Prudenco.

Diviane Alves



A reforma dos banheiros ocorreu entre o dia 08 a 30 de setembro

para aplicar as normas. “Como são muitos boxes, entre os corredores precisaria ter um sistema pressurizado de *sprinters* ou até mesmo de hidrantes. Isso não tem e não foi pensado, pois quando foi inaugurado o Camelódromo não existia metade das normas de segurança que temos hoje”, diz.

Flores acrescenta que, para a segurança dos proprietários, funcionários e clientes “é necessário uma sinalização de saída de emergência, pois muita gente não conhece o local e diante de uma catástrofe ou até mesmo um incêndio, muitos ficariam perdidos e provavelmente não iriam conseguir sair. Se for um deficiente físico, pior ainda, porque, além de não ter acessibilidade, o local é cheio de degraus”, aponta.

Outro problema enfrentado no Camelódromo são os banheiros. O local possui dois, um destinado às mulheres e o outro aos homens. Dona Izaura Maria de Jesus, 68 anos, conhecida como a “tia do banheiro”, é responsável pela limpeza há 29 anos.

Um dos problemas apontados por Izaura é que as mulheres deveriam cuidar mais do banheiro e conservar para que ele fique sempre limpo. “Quando eu chego ao Camelódromo o banheiro está sempre sujo. Tem mulheres que cuidam certinho, principalmente as que sempre usam. Já as que apenas passam pelo local, costumam deixar sujos. Elas além de subirem nos vasos, jogam papel no chão, não dão descarga e ainda sujaram as paredes,” afirma.

Diviane Alves



Izaura Maria de Jesus trabalha há 29 anos e diz que sentirá falta das pessoas do Camelódromo

Desde 1991, Valdir de Souza, 54 anos, cuida da limpeza da Praça da Bandeira. Ele varre, roça, carpe, rastela e faz pequenos reparos. “A praça está esquecida pela Prefeitura Municipal, ela precisa de melhorias como: trocar as lâmpadas, arrumar os banheiros, tampar os buracos. Parece que a reforma dos banheiros foi providenciada, mas têm vários outros serviços que precisam ser feitos. Eu espero que o próximo prefeito da cidade deixe a praça melhor, tenho esperanças”, opina.

Segundo os pedreiros responsáveis pela obra do banheiro, foram trocados o piso, vasos sanitários, as torneiras, as portas foram pintadas e receberam fechaduras, foi realizada manutenção na parte elétrica e também o desentupimento do esgoto.

Outro ponto esquecido nesses 21 anos e lembrado por Vânia Fátima Riqueti, 40 anos, é a questão dos mendigos que ficam presentes no local.

Eles acumulam papelões, garrafas, resto de comidas, além de fazerem as necessidades fisiológicas em qualquer lugar.

“Bebem e brigam isso faz com que eles não tenham respeito pelas pessoas. Costumam também praticar relações sexuais e aqui é um lugar onde passa muita gente,

muitas crianças. Eles são seres humanos, mas acredito que a Prefeitura deveria construir um lugar próprio para abrigá-los”, declara.

Por outro lado, a quem diz o contrário, é o caso do andarilho Alex Ferreira Batista,

Diviane Alves



Valdir de Souza é responsável pela limpeza do Camelódromo há 25 anos

39 anos, está na praça há cinco anos. Ele diz que não atrapalha os comerciantes e que a sociedade é muito preconceituosa. “Acho que as pessoas daqui deveriam pensar mais no próximo. Também seria bom se nós fossemos tirados da rua”, conclui.

Diviane Alves



Os boxes não tem cor, fachada e nem os tamanhos das portas padronizados

Diviane Alves



Os padrões de energia são irregulares e mal organizados

Diviane Alves



O bebedouro do Camelódromo é um dos problemas do local, pois, pela sujeira, poucas pessoas utilizam

Diviane Alves



Os depósitos não são suficiente para atender a quantidade de lixo produzido pelas pessoas que compõem o local

Diviane Alves



Andarilhos têm a Praça da Bandeira como lar

ILEGADIDADE *versus* SOBREVIVÊNCIA

O descumprimento de leis no comércio informal do Camelódromo leva boxista a punição e pagar pena

por Carlos Volpi e Leid Satiro

Bolsas, óculos, tênis, bebidas, brinquedos, perfumes, DVDs, CDs, relógios. Todos esses produtos e outros são encontrados facilmente no Camelódromo de Presidente Prudente.

Basta ir até a Avenida Brasil que várias pessoas oferecerão os produtos ou levarão o cliente até eles. Parte dessas mercadorias é considerada ilegal, vendida mais barata porque não recolhem impostos, os produtos são nacionais ou de origem estrangeira.

De acordo com Gilson Amâncio da Silva, 58 anos, Promotor Criminal da 3ª Vara da cidade, alguns produtos podem configurar crime de contrabando, quando a mercadoria é proibida de ser importada para o Brasil e, mesmo assim, é vendida. Há também o crime de descaminho, quando o sujeito importa produtos autorizados, mas sem pagar as taxas obrigatórias. “A comercialização sem nota fiscal implica na infração de ordem tributária. Pode gerar multa fiscal, imposta pela administração e também no crime de sonegação”, explica.

Além do crime de contrabando e descaminho, tem o de violação aos direitos autorais e de propriedade de marcas. Gilson



Gilson Amâncio da Silva, Promotor Criminal da 3ª Vara de Presidente Prudente explica os aspectos no Camelódromo

destaca estudos que mostram donos de marcas não se importam com a imitação de seus produtos, pelo contrário, utilizam as réplicas como estratégias de negócios. “Algumas empresas até estimulam isso para divulgar a sua marca, para que ela seja um objeto de desejo. O sujeito começa comprando o similar, segunda linha, assim desperta nele o desejo de ter o original, depois ele acaba se tornando um consumidor da marca”, revela.



Produtos ilegais fazem parte das mercadorias vendidas no Camelódromo

No caso das marcas, apenas o proprietário pode processar o comerciante. Já para os direitos autorais, como CDs, DVDs de filmes e shows, trata-se de uma ação penal pública incondicionada. Nesse caso, o Poder Público pode punir, a Polícia Militar apreender os produtos e o Ministério Público processar quem estiver vendendo.

Contudo, a comercialização de mercadorias ilícitas, como itens pirateados ou contrabandeados, movimentam bilhões de reais. Segundo uma pesquisa feita pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), só nos municípios paulistas foram R\$13,26 bilhões do comércio ilegal em nove áreas no ano de 2015.

Com este montante, o Governo Federal, poderia, segundo Fiesp, gerar 111.598 empregos formais e R\$3,02 bilhões em renda, entre salários e lucro. Sem contar a perda estimulada a R\$2,81 bilhões em arrecadação de impostos que poderia ter sido investido em 1.522 escolas de ensino básico ou 1.232 hospitais.

Por outro lado, esse tipo de comércio ilegal

corresponde a oportunidades de trabalho, mesmo que informal, mas que hoje, em período de crise, se mantém de pé.

A boxista e bacharel em Direito Claudirene Aparecida Oliveira Santos Freitas, 31 anos, há exatamente oito anos vende bebidas, CDs e DVDs pirateados no Camelódromo.

Pela falta de emprego, itens acessíveis e por ter clientes ela continua vendendo. “Com o dinheiro dos produtos consigo manter a casa, principalmente pagar as contas. Porque serviço não tem! É um material barato para comprar e revender, o pessoal procura bastante, porque não tem condições de comprar um original”, conta. Clau, conhecida pelos colegas do Camelódromo como a loira tranquila e corajosa, tem consciência que os produtos vendidos são ilegais e sabe o risco que corre, pois no ano de 2010 foi pega em uma operação feita pela Polícia Civil.

No ano seguinte, 2011, veio a audiência e a condenação em janeiro de 2016. “Minha pena foi pagamento de um salário mínimo, R\$ 880; uma multa de R\$188,00 para fundo

penitenciário e 720 horas de serviço comunitário”, ressalta.

A boxista já cumpriu 500 horas em entidades da cidade, passou pelo Lar Santa Filomena e agora cumpre na Associação Tra Noi Brasil, auxiliando na cozinha e na limpeza. A carga horária cumprida é assinada na entrada e saída por ela e pelo responsável, depois enviada para o órgão de medida provisória.

Clau diz que ainda, apesar dos processos, é mais viável vender. “Tenho medo, só que é o único meio de ganhar dinheiro. Não tenho dinheiro para comprar outro tipo de mercadoria. Tem boa saída e todo mundo procura”, afirma.

Produtos acessíveis

Os consumidores sabem o tipo de mercadoria que estão adquirindo quando vão ao Shopping Popular, sabem também que o Código de Defesa do Consumidor protege só as pessoas que tiverem seus objetos com a emissão da nota fiscal.

No entanto, os produtos pirateados e contrabandeados conquistaram população e são adquiridos por todas as classes sociais. É o caso do empreendedor Lucas Arruda Bonfim, 32 anos, que compra produtos como CDs, DVDs e bebidas alcoólicas sempre que precisa no Shopping Popular.

“Não vejo mal nenhum, estou apenas comprando um produto mais barato. Para mim, tem a mesma função de mercadorias compradas em lojas formais aqui do

Brasil, a diferença é que não pago tantos impostos”, explica.

Lucas, ciente dos produtos que adquire, no mês de julho, fez uma compra de 45 garrafas de whisky para uma ocasião especial, o seu casamento. “Fiz um orçamento de bebidas aqui do Brasil e do Paraguai, vi uma diferença grande entre eles. Então, preferi comprar as importadas, encomendei e consegui economizar quase 40%. Acho que fiz um bom negócio”, revela.

Fiscalização

Com o objetivo de fiscalizar os boxes e a área em que o Camelódromo se encontra, o responsável pelo Departamento de Fiscalização da Secretaria de Desenvolvimento de Presidente Prudente (Sedep), Adriano Calixto Alves, 44 anos, tem uma equipe que passa pelo local diariamente. “Os fiscais estão ali para coibir novos ambulantes que instalam no local, que não aja abuso de mercadorias do lado de fora e verificar a questão do alvará deles, se estão em dia”, esclarece.

Para Adriano, o produto ilegal não compete totalmente à Secretaria de Desenvolvimento, mas sim a cada órgão responsável. A ilegalidade de mercadorias é um trabalho conjunto de todos os setores ligados às atividades econômicas do país como a Receita Federal, Estadual, Polícia Federal e a Justiça do Trabalho. “Já houve muita venda e comercialização de CDs, DVDs e bebidas, mas isso precisa de uma perícia técnica para

Leid Satiro



O empresário Lucas comprou bebidas para o seu casamento no Camelódromo por ser mais barato

“A comercialização sem nota fiscal implica na infração de ordem tributária. Pode gerar multa fiscal, imposta pela administração e também no crime de sonegação”

Gilson Amâncio da Silva, promotor



Fernando trabalha há dois anos no ramo de tabacaria, para ajudar seu pai

comprovar. A fiscalização não tem como fazer isso. Temos o apoio de outras entidades por questão de contrabando e descaminho. Então, a fiscalização tem o apoio desses setores que vão cuidar dessa atividade”, finaliza.

Lei de Regulamentação

O lojista do Camelódromo também tem suas responsabilidades, deve seguir as regras estabelecidas pelo decreto municipal de nº 16.462/2004 de Regulamentação e Funcionamento do Shopping Popular.

Esse documento é dividido em 20 artigos, no de número 16 consta que é proibida a comercialização dos seguintes produtos: cigarros e derivados do fumo, água ardente ou quaisquer bebidas alcoólicas, secos e molhados, hortifrutigranjeiros; pescados, carnes e vísceras; medicamentos ou quaisquer produtos farmacêuticos; produtos inflamáveis; fogos de artifícios; armas de fogo e munições de qualquer espécie; lanches, refeições, refrigerantes e alimentos em geral.

As mercadorias proibidas não inibem alguns boxistas, é possível caminhar pelo labirinto do Camelódromo e encontrá-las, sejam penduradas, fixadas nas paredes ou em prateleiras.

Um exemplo disso é o comerciante Fernando Henrique de Oliveira, 26 anos, que há dois anos trabalha no ramo de vendas com produtos de tabacaria. Com dreadpreto no cabelo, colares, pulseiras rastafári e desenhos

pelo corpo, largou o emprego de torneiro mecânico na cidade de Maringá (PR) e veio para Presidente Prudente. O principal motivo foi os problemas de saúde de seu pai.

A partir da mudança surgiu ideia de juntar o útil ao agradável, por ter conhecimento nesse ramo e pelo fato do Camelódromo ter um fluxo grande de pessoas. Assim ele apostou no local e em produtos como narguilés, acessórios, essências e carvões.

Antes de abrir o próprio negócio, ele verificou o decreto municipal e conversou com o fiscal da prefeitura sobre a venda de produtos legais e ilegais no Shopping Popular. “Se fosse em outro lugar poderia vender cigarros, só que aqui no Camelódromo não pode! Então eu trabalho com tabacarias legais”, defende.

Fernando e tantos outros boxistas dependem 100% da renda do comércio ilegal. O salário dele é dividido entre o sustento e o tratamento de seu pai. “O foco principal é ele, alguns gastos direcionados a ele também. Às vezes deixo de comprar mercadoria e eu não me importo”, afirma.

O lojista sabe da lei, mas existem outros que não! Para o responsável da comissão da Associação do Camelódromo de Presidente Prudente, Roberto de Lima Rosa, 45 anos, a maioria dos camelôs não sabem a respeito desse decreto ou passa despercebido. “Boa parte não sabe por falta de informação e talvez do próprio esquecimento”, conclui.

LIGA O SOM

Dez anos de sonorização ambiente, a rádio Shopsom, em parcerias com boxistas, leva informação e diverte o público

por Leid Satiro

Nos primeiros segundos das 8h da manhã, já é possível ouvir a canção: “Que nenhuma família comece em qualquer de repente, que nenhuma família termine por falta de amor, que o casal seja um para o outro de corpo e de mente, e que nada no mundo separe um casal sonhador!” A música católica Oração pela família, cantada pelo padre Zezinho, faz parte da abertura na programação da rádio Shopsom, instalada no Shopping Popular de Presidente Prudente, o Camelódromo.

Há dez anos Roberto Marques Carvalho, 46 anos, e José Edivaldo Silva, 54 anos, são sócios e trabalham juntos nesse projeto. A rádio Shopsom tem o espaço de 1.20m x 2.10m, paredes revestidas por sonex acústico, um tipo de revestimento feito em estúdios e rádios que

servem para isolar e interferir ruídos, uma mesa acompanhada por um computador, agendas, microfones fixos, calendário, caneta e os famosos “santinhos”, os panfletos de propaganda política.

A tecnologia é a onda do momento. Para se adequar e caminhar junto com ela, os sócios adotaram um sistema de automatização, que permite acessar a rádio via internet, através do site próprio e pelo aplicativo no celular. “Hoje, a gente consegue mexer pelo celular. Abre o aplicativo, vê o que está certo, o que não está e já acerta! Das 8h às 18h não precisa de ninguém para ligar, a gente mexe pelo celular mesmo”, declara Edivaldo.

O sistema de sonorização de ambiente e a divulgação das propagandas que a rádio disponibiliza não são feitos somente para os proprietários dos boxes do Shopping

Popular, sendo abertos para os comerciantes da área central, ou até mesmo para os mais distantes, sejam eles da cidade ou não.

Sentado na cadeira de plástico, com as pernas cruzadas, olhos bem abertos, sorriso no rosto e a voz calma, Roberto acrescenta que esse sistema oferece para seus clientes e funcionários, um ambiente mais descontraído.

Vai além de entreterimento e cultura. “É um sistema de serviços de sonorização, um serviço de utilidade pública. Então, a gente presta serviços como: achados e perdidos, divulga as coisas, horário que funciona o comércio, na verdade a gente faz um som ambiente do Camelódromo, com propagandas e orientações”, ressalta.

Dos boxes existentes no Camelódromo, cerca de 20 pessoas divulgam na rádio interna.

Dessas parcerias os proprietários estão satisfeitos com o retorno e felizes com o projeto dos “meninos”, assim chamados por donos de lojas do local.

Olhos castanhos claros, cabelo grisalhos, pela branca e com óculos de grau no rosto, o proprietário do boxe 155, Jair Dias, 64 anos, oferece serviços de manutenção em eletrônicos, é um dos que divulga sua loja na Shopsom, mas não apostava nesse projeto.

Entusiasmado, com o copo de água na mão e reclamando do calor com seus vizinhos de boxes, Jair abriu um sorriso e disse em voz alta que está junto com os meninos da rádio há 10 anos. “É uma ótima parceria, grande retorno. Eles me procuraram, ofereceram o serviço. No começo eu achei que não servia, depois achei interessante e é muito bom. Trazem clientes novos, eles ouvem as propagandas e me procuram. Na realidade sou apaixonado pelo rádio, acho melhor que a televisão, porque ela alcança muito mais gente, pessoas que não podem prestar atenção visualmente, mas ela pode estar trabalhando e ouvindo. Então, a rádio, para mim, é o que mais se comunica. É primordial para o proprietário e clientes, porque ela ajuda bastante”, explica.

O som ambiente é feito por 15 caixinhas espalhadas nos postes ao redor da área central do Camelódromo, assim é possível ouvir a

programação pelos quatro lados do local.

Além de propagandas de lojas internas e externas, o cliente tem o privilégio de ouvir boletins informativos de meia em meia hora e uma seleção de músicas que vão desde pop-rock, sertanejo, axé, internacionais até canções evangélicas.

Cheiro forte de café expresso, pão de queijo saindo do forno, um entra e sai de pessoas nos corredores do Camelódromo, algumas

tocava junto.

Para o estudante, a rádio é perceptível e tem sua particularidade. Além de ela ser local, informa os clientes e diverte. “A rádio do Camelô leva o cliente até o local desejado e enquanto eu procuro pelo número do boxe, vou ouvindo e cantando. Sou a favor de que todas as empresas, comércio em geral tivessem esse sistema, a música faz bem para a alma, mente e coração”, salienta.

O futuro especialista em Endodontia sentou-se em um dos trailers mais antigos do Camelódromo, o café Marroquino, com uma garrafinha de água sobre a mesa e amarrando o cadarço de um de seus tênis, o estudante olha no celular e fala que já são quase 18h e que estava curioso para saber qual seria a

Leid Satiro



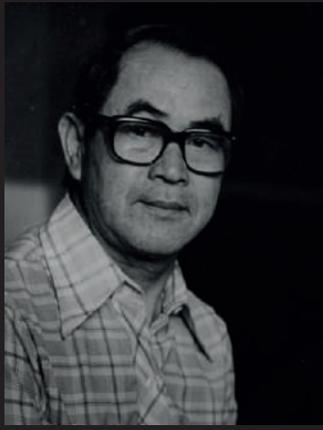
Roberto e José Eivaldo (da esquerda para direita)
sócios-proprietários da rádio Shopsom do Camelódromo

acompanhadas, outras sozinhas e de todas as faixas etárias, Felipe Bernardes da Silva chamou atenção.

Com 20 anos de idade, estudante do curso de Odontologia da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste), rapaz de 1,70 de altura, calça jeans, blusa branca, tênis no pé e descia calmamente um dos corredores do shopping mexendo com a boca. Ao se aproximar foi possível ver que estava cantando, acompanhando a música que

última música.

Mas, em questão de segundos, o celular tocou, ele atendeu e foi embora sem ouvir a última canção. Com o barulho das portas dos boxes se fechando, carros, motos, ônibus e bicicletas circulando na Avenida Brasil, tchau de um lado, tchau do outro e movimento de pessoas se cruzando pelos corredores, toca a última: “Nossa Senhora me dê a mão, cuida do meu coração, da minha vida, do meu destino, cuida de mim...”



INÍCIO DO CAMELÓDROMO

Massuo Aoki

por Carolina Lara

Massuo Aoki foi um dos principais fotógrafos de Presidente Prudente na década de 1990. Ele foi um dos que mais registrou imagens no início do Camelódromo, além de ter participado de vários concursos realizados pelo Fotoclube da cidade.

Aoki nasceu no dia 4 de março de 1916 em Totoriken, no Japão. Em 1925, veio para o Brasil com apenas oito anos de idade, junto com os imigrantes do seu país, tentar a vida na roça. Em entrevista com André Aoki, neto de Massuo, o rapaz comenta que, por causa de uma doença quando era pequeno, o avô foi poupado de trabalhar na roça com os irmãos.

O primeiro emprego foi consertar relógios, depois trabalhou numa oficina até os 77 anos e se aposentou. De família humilde, o fotógrafo não chegou a terminar os estudos no Brasil. Desde criança era fascinado por retrato, o neto revela que a fotografia sempre foi importante para Massuo, pois mesmo sendo amador era o que gostava de fazer.

Assinante fiel das revistas de fotografia do Japão, foi por meio delas que Massuo aprendeu a fotografar, passava horas lendo e relendo as páginas. Após a aposentadoria, o fotógrafo resolveu se dedicar totalmente à

fotografia. “As fotos aumentaram muito, ele revelava quase que diariamente no laboratório que tinha em casa”, declara o neto.

Além de revelar suas fotografias, Massuo gostava de criar. Uma das coisas produzida por ele foi uma câmera fotográfica. Patriarca da família, de poucas palavras, gostava mesmo é de agir. Discreto, adorava retratar o lado humano, pessoas na feira, lugares públicos, construção e a família.

Uma das manias reveladas pelo neto é que Massuo tirava muitas fotografias de atores da televisão, centenas. “Ele armava a câmera na frente da TV e

tirava as fotos. Mas, parando para pensar, eu acho que era para fazer comparação futuramente, até porque tinha várias fotos da mesma pessoa”, salienta.

Com os olhos brilhantes, André comenta que herdou as lentes do avô. “Se não fossem elas eu não teria essa ligação com a cinegrafia, porque não teria de onde começar, é muito caro”, afirma. As lentes foram fundamentais para que ele desse início a profissão que tem hoje, o primeiro trabalho do cinegrafista foi feito com os equipamentos deixado pelo avô. Massuo faleceu no dia 10 de março de 2010, aos 94 anos, com Alzheimer.

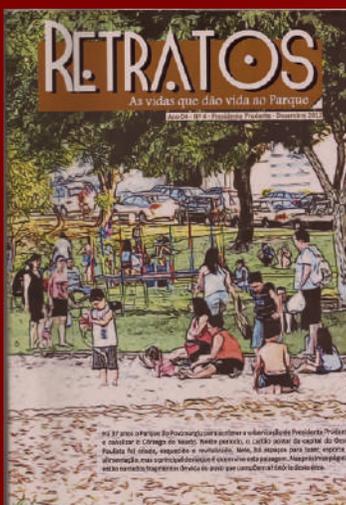
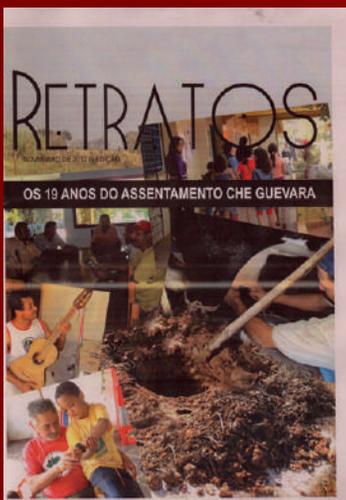
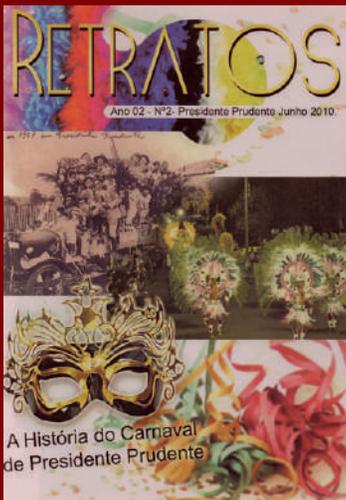
“*Um dos desejos do meu avô, era que as fotografias dele, pudessem ser comparadas futuramente com outros fotógrafos*”

André Aoki, neto de Massuo Aoki



Fotos de Massuo Aoki





Retratos
novembro de 2016_V edição Presidente Prudente

Posso te ajudar?
O clichê dos vendedores, que incomoda uns e agrada outros
Leid Satiro

Pisando em ovos
Ação do Ministério Público obriga prefeitura de Presidente Prudente regularizar o Camelódromo
Carolina Lara
Diviane Alves

REVISTA RETRATOS
ESTÁ DE VOLTA

AS HISTÓRIAS DO PRIMEIRO SHOPPING POPULAR PRUDENTINO